

## **BAB 2**

### **TINJAUAN PUSTAKA**

#### **2.1 Penelitian Terdahulu**

Tujuan penelitian sebelumnya adalah untuk memberikan referensi dan data perbandingan. Selain itu, peneliti memasukkan temuan-temuan berikut dari studi sebelumnya ke dalam tinjauan pustaka ini untuk mencegah adanya kesamaan yang tampak.

##### **1. Hasil Penelitian oleh Affan Yunas Hakim (2025)**

Menurut tesis Affan Yunas Hakim tahun 2022, "Analisis Pembingkai Berita Bencana Banjir di Media Online" ([beritakebumen.co.id](http://beritakebumen.co.id)), cara berita bencana banjir dibingkai di media online sering kali menggunakan sudut pandang tertentu yang memengaruhi bagaimana audiens mempersepsikan kejadian tersebut. Media memengaruhi perhatian pembaca dan pembentukan opini publik dengan menyajikan fakta-fakta kejadian banjir bersama dengan elemen cerita tertentu termasuk penyebab, korban, reaksi pemerintah dan masyarakat, serta penekanan emosional. Tujuan penelitian ini adalah untuk menentukan jenis-jenis bingkai yang muncul, melihat bagaimana isu banjir dibingkai oleh masing-masing media online, dan membandingkan bagaimana platform yang berbeda menyampaikan informasi dan menafsirkan situasi bencana.

Selain itu, temuan menunjukkan bahwa bagaimana publik memandang dan bereaksi terhadap bencana dipengaruhi oleh pembingkai yang dipilih oleh media online. Berita dengan fokus pada kepentingan manusia, misalnya, dapat membuat pembaca lebih bersimpati, sedangkan berita dengan fokus teknis atau politik mungkin menarik perhatian pembaca pada isu-isu kebijakan atau bantuan bencana. Penelitian ini juga menyoroti betapa pentingnya bagi jurnalis untuk menyampaikan fakta secara menyeluruh dan tidak memihak sehingga audiens memiliki gambaran lengkap tentang bencana tersebut tanpa prasangka yang tidak semestinya dari sudut pandang tertentu.

## **2. Hasil Penelitian oleh Fenty Novianti (2021)**

Studi "Analisis Pembingkai Media Online dalam Pelaporan Bunuh Diri di Lampung," oleh Fenty Novianti (2021), menggunakan pendekatan deskriptif kualitatif. Tujuan penelitian ini adalah untuk mengkaji bagaimana media online membingkai bunuh diri dan menemukan pelanggaran etika dalam liputan mereka tentang bunuh diri di Lampung.

Sesuai dengan aturan Dewan Pers untuk penulisan berita bunuh diri, dapat disimpulkan dari penelitian bahwa pelaporan di dua situs media online cenderung berfokus pada berita negatif dan etika penyiaran. Ketika gambar korban digunakan dalam judul berita yang penuh kekerasan, hal itu dapat membuat pembaca trauma dan menormalisasi bunuh diri. Pembingkai bunuh diri ini memiliki efek membuat audiens percaya pada realitas yang disajikan media dalam berita. Audiens tidak akan memandang bunuh diri sebagai masalah kesehatan jika fakta ini tidak ditunjukkan sebagai sesuatu yang dapat dicegah dan sebagai masalah kesehatan mental.

## **3. Muhammad Gavil (2023)**

Tujuan dari penelitian ini, "Analisis Pembingkai Berita Satwa Liar vs. Manusia di Kompas.com," adalah untuk mengetahui bagaimana Kompas.com, sebuah organisasi media online, membingkai perjuangan antara manusia dan makhluk hidup dalam pemberitaannya dan melihat pembingkai ini dari perspektif ajaran Islam. Metode analisis pembingkai kualitatif Robert N. Entman digunakan dalam penelitian ini. Metode ini terdiri dari empat komponen utama: mendefinisikan masalah (penentuan masalah), mendiagnosis penyebab (penentuan penyebab), membuat keputusan moral (pengambilan keputusan moral), dan menyarankan solusi (rekomendasi solusi).

Temuan menunjukkan bahwa Kompas.com biasanya berkonsentrasi pada satu isu yang sarat emosi ketika memberitakan konflik antara manusia dan hewan hidup, seringkali menyebut hewan sebagai sumber konflik, menawarkan penilaian moral yang menekankan moralitas, dan mencakup inisiatif penyelesaian konflik oleh Badan Konservasi Sumber Daya Alam (BKSDA). Hasil ini diharapkan dapat meningkatkan pengetahuan ekologis masyarakat tentang masalah konflik satwa liar-manusia dan memotivasi media internet untuk terus memberitakan kabar baik.

## 2.2 Pengertian Terkait Konsep Dasar Yang Diteliti

### 2.2.1 Media Online Sebagai Sarana Komunikasi Bencana

Media daring berkontribusi pada persepsi publik tentang risiko bencana di samping menyediakan informasi dalam konteks komunikasi bencana. Persepsi publik tentang situasi krisis dapat dipengaruhi oleh cara media membuat dan menampilkan berita, mulai dari pemilihan judul dan sumber hingga fokus pada elemen-elemen tertentu. Akibatnya, media internet tidak hanya menyebarkan informasi tentang bencana tetapi juga membentuk persepsi publik tentang realitasnya. (Pinontoan & Wahid, 2020)

Kecepatan penyebaran informasi menjadi karakteristik utama media online dalam komunikasi bencana. Informasi mengenai aktivitas bencana dapat disampaikan secara real time kepada masyarakat luas. Namun, di sisi lain, kecepatan tersebut juga membawa tantangan, terutama terkait akurasi dan kedalaman informasi. Penyampaian informasi yang kurang tepat, berlebihan, atau tidak berimbang berpotensi menimbulkan kepanikan, kesalahpahaman, maupun penurunan kepercayaan publik terhadap media. (Rasyad & Saraan, 2026)

Media online telah menjadi bagian penting dalam penyebaran informasi kebencanaan di era digital. Sebagai saluran utama komunikasi massa, media online berperan dalam menyampaikan informasi terkait peristiwa bencana, kondisi terkini di lapangan, serta langkah-langkah mitigasi yang perlu dilakukan oleh masyarakat. Melalui pemberitaan bencana, media online menjadi sumber rujukan utama bagi publik untuk memahami tingkat ancaman, dampak yang ditimbulkan, serta respons pemerintah dan lembaga terkait terhadap suatu bencana. (Aziz, 2024)

Meskipun memiliki peran strategis, komunikasi bencana melalui media online juga menghadapi berbagai tantangan, seperti penyebaran informasi yang tidak terverifikasi, framing yang bias, serta dramatisasi bencana. Oleh karena itu, diperlukan tanggung jawab jurnalistik dalam menyajikan informasi bencana secara akurat, berimbang, dan edukatif. Selain itu, masyarakat juga dituntut untuk memiliki

literasi media yang baik agar mampu menyaring informasi kebencanaan secara kritis dan rasional. (Made et al., 2020)

Secara keseluruhan, media internet merupakan alat penting untuk komunikasi bencana, memengaruhi persepsi dan pengetahuan publik tentang bencana di samping menyediakan informasi. Meningkatkan kesadaran risiko, memperkuat kesiapan publik, dan mempromosikan tindakan pencegahan dan respons bencana terbaik dapat dilakukan dengan komunikasi bencana yang efektif melalui media internet.

Selain itu, publik dapat secara aktif terlibat dalam komunikasi bencana melalui ruang interaktif yang ditawarkan media web. Publik dapat menanggapi berita bencana, bertukar informasi, dan berbagi pengalaman menggunakan media sosial, kolom komentar, dan saluran digital lainnya. Hal ini mengubah pola komunikasi bencana dari yang sebelumnya bersifat satu arah menjadi lebih partisipatif dan terbuka, sehingga memungkinkan terjadinya pertukaran informasi antara media, pemerintah, dan masyarakat.

### **2.2.2 Komunikasi Bencana**

Tindakan menghasilkan, mengirimkan, dan menerima informasi oleh satu atau lebih orang, baik secara langsung maupun melalui media, selama, saat, atau setelah bencana yang memicu respons atau umpan balik dikenal sebagai komunikasi bencana. Tujuan komunikasi bencana adalah untuk menyebarkan pengetahuan, memotivasi orang untuk mengurangi risiko bencana dan bersiap menghadapinya, serta membantu membangun masyarakat yang tangguh terhadap bencana.

Dengan menyebarkan informasi kepada berbagai pihak untuk mengurangi risiko bencana, komunikasi bencana dapat berfungsi sebagai radar sosial, meyakinkan orang lain tentang keberadaan krisis di lokasi tertentu. Ketika bencana terjadi, komunikasi mengingatkan masyarakat tentang tindakan pencegahan penting, dan inisiatif manajemen bencana harus dimulai jauh sebelum kejadian tersebut. (Budi Setio, 2012)

Untuk mencegah masyarakat salah informasi tentang bencana, komunikasi bencana sangat penting. Dalam hal kebijakan pencegahan bencana, pemerintah sangat bergantung pada media massa sebagai sumber informasi. Diharapkan bahwa

komunikasi akan mengarah pada sikap, perilaku, dan tindakan yang menyoroti kesadaran dan meningkatkan kemampuan masyarakat untuk menghadapi bahaya bencana. (Aziz, 2024)

### **2.2.3 Jurnalisme Bencana**

Merupakan kegiatan jurnalistik yang berfokus pada peliputan peristiwa bencana dengan mengedepankan akurasi, kecepatan, dan tanggung jawab sosial kepada masyarakat. Dalam pelaksanaannya, media tidak hanya menyampaikan informasi mengenai dampak bencana, tetapi juga memberikan edukasi, peringatan dini, serta informasi mitigasi guna mengurangi risiko yang mungkin dihadapi masyarakat. Melalui pemberitaan yang tepat, media dapat membantu masyarakat memahami situasi bencana dan menentukan tindakan yang diperlukan (Nurudin, 2009).

Dalam praktik jurnalisme bencana, terdapat kecenderungan pemberitaan bad news dan good news. Bad news ditandai dengan penonjolan aspek ancaman, korban jiwa, kerusakan, kerugian, serta berbagai dampak negatif yang ditimbulkan oleh bencana. Sebaliknya, good news menekankan informasi mengenai penanganan bencana, keberhasilan mitigasi, bantuan kemanusiaan, kesiapsiagaan masyarakat, serta upaya pemulihan pasca bencana. Kedua bentuk pemberitaan tersebut menunjukkan bagaimana media memilih dan menonjolkan aspek tertentu dari sebuah peristiwa untuk disampaikan kepada khalayak (Kusumaningrat & Kusumaningrat, 2012).

Selain itu, pemberitaan bencana juga dapat dikategorikan ke dalam framing optimisme dan pesimisme. Framing optimisme ditunjukkan melalui penekanan pada kesiapan pemerintah, efektivitas mitigasi, keberhasilan evakuasi, serta harapan terhadap pemulihan kondisi masyarakat. Sementara itu, framing pesimisme lebih menonjolkan potensi ancaman, ketidakpastian situasi, besarnya risiko, dan kemungkinan dampak yang lebih luas akibat bencana. Perbedaan cara media membingkai peristiwa tersebut dapat memengaruhi persepsi masyarakat dalam memahami dan merespons informasi kebencanaan (Nurudin, 2009).

Dalam konteks pemberitaan aktivitas Gunung Merapi, konsep good news–bad news serta optimisme–pesimisme dapat digunakan untuk melihat kecenderungan konstruksi realitas yang dibangun oleh Suaramerdeka.com dan Krjogja.com. Melalui pemilihan fakta, narasumber, dan sudut pandang tertentu, kedua media dapat menampilkan Merapi sebagai ancaman yang menimbulkan kekhawatiran (pesimisme atau bad news) atau sebagai bencana yang dapat dikelola melalui kesiapsiagaan dan mitigasi (optimism atau good news).

#### **2.2.4 Komunikasi Massa**

Mengirim pesan kepada khalayak luas melalui media massa adalah definisi langsung dari komunikasi massa (Bittner, 1980). Ini menunjukkan bahwa salah satu jenis komunikasi yang menggunakan media massa adalah komunikasi massa. Deskripsi yang lebih lengkap tentang komunikasi massa adalah “*Mass communication is the technology and institutionally based production and distribution of the most broadly shared continuous flow of the message in industrial societies.*” yang berarti bahwa komunikasi massa merupakan proses pembuatan dan penyebaran pesan yang didukung oleh teknologi dan lembaga (Gerbner, 1967, hlm. 54). Dari definisi komunikasi massa menurut Gerbner dapat disimpulkan bahwa komunikasi massa menghasilkan suatu bentuk pesan komunikasi. Dalam hal ini, komunikasi massa memproduksi pesan sebagai *output* yang dapat disebarluaskan secara luas dan berkesinambungan melalui media seperti koran harian, majalah mingguan, atau media yang terbit bulanan. Proses penciptaan pesan ini melibatkan peran lembaga serta pemanfaatan teknologi tertentu, sehingga komunikasi massa umumnya berlangsung dalam lingkungan masyarakat industri (Ardianto E., 2007).

### **2.3 Produksi Pesan Media Massa**

Produksi pesan merujuk pada mekanisme pembuatan dan perancangan pesan atau berita yang dilakukan oleh media seperti jurnalis, editor, dan kreator lainnya. Mengenai hal ini media massa berlaku sebagai akses awal yang mengontrol apa yang disebarluaskan kepada publik.

#### **1. Teori Konstruksi Sosial Realitas**

Menurut teori yang dibuat oleh Berger dan Luckmann “media tidak hanya menyebarkan informasi tetapi juga membentuk realitas sosial”. Dengan mengemas dan menyusun informasi sesuai dengan nilai-nilai, filosofi, dan kebijakan organisasi media, media massa menciptakan pesan yang pada akhirnya memengaruhi pandangan audiens. Pembingkai menjadi komponen penting dari pembuatan pesan dalam proses ini”. Menurut (Entman, 1993) “pembingkai memengaruhi pemahaman audiens tentang suatu masalah dengan menyoroti aspek aspek tertentu dari nya”.

## **2. Teori Ekonomi Politik Media**

Teori ekonomi politik media menjelaskan bahwa isi media tidak dapat dipisahkan dari faktor ekonomi, kepemilikan media, kepentingan organisasi, serta hubungan media dengan pasar dan audiens. Menurut Vincent Mosco (2009), ekonomi politik media merupakan kajian mengenai hubungan antara sumber daya ekonomi dan kekuasaan dalam proses produksi, distribusi, serta konsumsi informasi. Dalam perspektif ini, media tidak hanya berfungsi sebagai institusi sosial yang menyampaikan informasi kepada publik, tetapi juga sebagai institusi ekonomi yang berupaya mempertahankan keberlangsungan organisasi melalui perolehan audiens, iklan, dan keuntungan.

Mosco menjelaskan bahwa terdapat tiga konsep utama dalam ekonomi politik komunikasi, yaitu komodifikasi (*commodification*), spasialisasi (*spatialization*), dan strukturasi (*structuration*). Komodifikasi merujuk pada proses perubahan informasi, audiens, dan pekerja media menjadi komoditas yang memiliki nilai ekonomi. Spasialisasi berkaitan dengan kemampuan media memperluas jangkauan pasar dan distribusi informasi melalui perkembangan teknologi. Sementara itu, strukturasi menjelaskan hubungan antara institusi media, pekerja media, dan struktur sosial yang memengaruhi proses produksi berita.

Dalam era media digital, persaingan memperoleh perhatian pembaca menjadi semakin tinggi. Media online tidak hanya dituntut menghasilkan informasi yang cepat dan akurat, tetapi juga harus mampu menarik minat audiens agar tetap memperoleh trafik pembaca dan pendapatan iklan. Oleh karena itu, proses pemilihan

isu, penggunaan narasumber, penekanan fakta, serta sudut pandang pemberitaan sering kali dipengaruhi oleh karakteristik audiens dan strategi media dalam mempertahankan eksistensinya di pasar media digital.

## **2.4 Analisis Framing Zhongdang Pan dan Gerald M Kosicki**

Pembingkaiian adalah metode untuk memahami sudut pandang yang digunakan jurnalis ketika memilih cerita untuk diliput. Pada akhirnya, sudut pandang ini menentukan fakta mana yang dilaporkan, detail mana yang disorot atau dihilangkan, dan alur artikel berita.

Kerangka kerja Zhongdang Pan dan Kosicki adalah paradigma pembingkaiian yang digunakan para peneliti. Salah satu model yang paling populer dan sering diterapkan untuk analisis konten tekstual adalah model ini. Peristiwa yang dibuat oleh jurnalis dapat dibingkai menggunakan konsep analitis ini. Pan dan Kosicki mengklaim bahwa ada dua gagasan yang saling terkait dalam pembingkaiian:

Proses pengkategorian, pengaturan, dan interpretasi pengalaman sosial aktual baik di dalam maupun di luar diri sendiri ditonjolkan oleh pembingkaiian. Tujuan pembingkaiian adalah untuk memberikan realitas yang dapat diingat, dipahami, dan divalidasi oleh label tertentu. (Eriyanto 2002: 293-304)

Jurnalis juga harus menafsirkan kejadian tersebut saat membuat berita. Akibatnya, jurnalis terus-menerus menggunakan interpretasi mereka sendiri dan berupaya meningkatkan visibilitas dan dominasi pandangan-pandangan tersebut. Jurnalis mengikuti nilai-nilai dan pandangan masyarakat karena merupakan bagian dari konteks sosial. Ketika jurnalis mulai menyusun sebuah cerita untuk dibaca, kepercayaan masyarakat yang mengakar kuat akan memengaruhi bagaimana kebenaran dipersepsikan. Empat struktur utama perangkat pembingkaiian dalam metode ini adalah sintaksis, skrip, tematik, dan retorika (Eriyanto, 2002, hlm. 293-306)

## 2.5 Framing Sebagai Analisis Teks Media

Analisis pembedingkaian adalah metode untuk menganalisis berbagai teks media dalam bidang studi konstruktivis. Menurut paradigma ini, pembentukan fakta alam mengarah pada aktualitas eksistensi sosial (Eriyanto, 2012). Dari sudut pandang komunikasi, analisis pembedingkaian merupakan perkembangan dari analisis wacana, yang sering digunakan untuk menganalisis ideologi atau cara media menyajikan fakta. Analisis pembedingkaian berfokus pada bagaimana media memprioritaskan peristiwa tertentu untuk membantu kita memahami bagaimana media membentuk realitas sosial. Secara umum, fakta yang dipilih, elemen yang disorot, dan elemen yang diabaikan semuanya akan dipengaruhi oleh sudut pandang media.

### 1. Struktur Sintaksis

Kerangka kerja ini menjelaskan cara jurnalis menyusun peristiwa (pernyataan, opini, kutipan, dan pengamatan tentang kejadian) ke dalam narasi berita yang luas. Komponen sintaksis ini menawarkan kerangka kerja bagi jurnalis untuk digunakan ketika menafsirkan suatu peristiwa dan memprediksi perkembangannya. Garis besar berita, termasuk paragraf pembuka yang digunakan, latar, judul, episode, kutipan sumber, dan kesimpulan, diperiksa berdasarkan struktur sintaksis. Bagian atas elemen sintaksis ini lebih signifikan daripada bagian bawah, seperti piramida terbalik.

### 2. Struktur Skrip

Struktur Naskah mengkaji bagaimana wartawan menyajikan informasi dalam gaya berita dengan mengemas peristiwa. Gaya ini menunjukkan bagaimana wartawan mengatur peristiwa menjadi narasi berita menggunakan teknik bercerita dan teknik berbicara di depan umum. Bentuk generik dari struktur sintaksis ini adalah 5W+1H, *Who, What, Where, Why* dan *How*.

### 3. Struktur Tematik

Cara jurnalis menyampaikan peristiwa dalam bentuk proposisi, frasa, atau hubungan antar kalimat yang membentuk teks secara keseluruhan dikenal sebagai

penulisan tematik. Struktur ini lebih rumit karena memperjelas kekhususan struktur kalimat, hubungan antar kalimat, dan kata ganti

#### **4. Struktur Retoris**

Cara wartawan menekankan format berita dalam sebuah karya tertentu dikenal sebagai struktur retorika, yang mengkaji pilihan kata, idiom, visual, dan citra yang digunakan wartawan

##### **2.5.1 Media Massa Online**

Chun mengklaim bahwa jenis media di luar media massa tradisional, seperti radio, televisi, majalah, surat kabar, dan film, secara kolektif disebut sebagai "media baru." Fleksibilitas, konektivitas individu, dan cara untuk membagi kendali dan kebebasan adalah karakteristik media baru. Dari sudut pandang studi media komunikasi massa, media daring adalah subjek teori "media baru," yang menggambarkan tuntutan generasi "real-time" untuk akses ke konten (informasi) di perangkat digital apa pun kapan saja, di mana saja, serta umpan balik pengguna yang interaktif, keterlibatan kreatif, dan pengembangan komunitas di sekitar konten media.

Kemajuan teknologi digital disebut sebagai "media baru," meskipun tidak selalu berupa media digital. Dalam Media Baru, teks, foto, grafik, dan video dikonversi menjadi data digital dalam bentuk byte. Dalam pengertian ini, pelaporan fakta atau peristiwa yang dibuat dan disebarluaskan secara daring disebut sebagai media daring, yang merupakan produk sampingan dari jurnalisme daring atau jurnalisme siber.

##### **2.5.2 Berita**

Informasi mengenai peristiwa atau kata-kata atau komentar orang disebut sebagai berita. Bagi sebagian orang, berita adalah informasi tentang suatu pernyataan atau kejadian yang mereka anggap penting. Berita bagi sebuah surat kabar adalah informasi mengenai peristiwa atau pernyataan yang harus diketahui oleh pembacanya. Konten utama dari sebuah media massa milik sebuah perusahaan media massa adalah berita. Dalam hal menerbitkan atau menyampaikan kabar baik, jurnalis bertanggung

jawab untuk mengumpulkan berita, dan editor bertanggung jawab untuk menyusunnya menjadi sebuah cerita yang siap untuk dipublikasikan atau disiarkan. (Erwan dan lainnya, 2023)

Dari berbagai definisi berita yang telah diajukan di atas, dapat disimpulkan bahwa berita adalah suatu peristiwa yang berbentuk fakta-fakta penting yang terjadi dan disajikan oleh seorang jurnalis dengan cara yang membutuhkan pelaporan publik.

## **2.6 Suara Merdeka Online**

Ada baiknya kita menilik sejarah berdirinya Suara Merdeka sebelum membahas Suaramerdeka.com. Salah satu bagian dari Jaringan Suara Merdeka, yang bergerak di industri media internet, adalah Suaramerdeka.com. H. Tommy Hetami mendirikan platform media online ini pada tanggal 14 September 1996, dan dapat diakses di [www.warnamerdeka.com](http://www.warnamerdeka.com). Gemi, setiti, nastiti, dan ngati ati adalah prinsip-prinsip panduannya. Penyajian informasi publik memiliki makna yang lebih besar daripada konsep Jawa ini.

Dengan meneliti setiap kebijakan (nastiti) secara cermat, Suara Merdeka bertujuan untuk efisien dan efektif (gemi), tekun dan fokus (setiti), dan selalu waspada terhadap kemungkinan dampak (ngati ati). Singkatnya, Suaramerdeka.com menjunjung tinggi nilai-nilai hidup hemat, akurasi, ketekunan, kepatuhan, dan keamanan. Pada awalnya, berita cetak dari surat kabar harian Suara Merdeka adalah satu-satunya konten yang tersedia di internet. Kami mulai menyediakan liputan berita lokal dan nasional pada tanggal 11 Februari 2000, bersamaan dengan berita tentang pendidikan, hiburan, dan gaya hidup. Tujuan liputan berita kami adalah untuk menjamin bahwa Suaramerdeka.com selalu menawarkan informasi terkini.

Sebagai respons terhadap kemajuan teknologi yang pesat, Jaringan Suara Merdeka memperkenalkan layanan e-paper Suara Merdeka pada tanggal 11 Februari 2010. E-paper Suara Merdeka menyediakan platform bagi pembaca untuk mendapatkan berita cetak dari Harian Informasi Merdeka kapan saja dan dari mana saja seiring dengan meningkatnya keakraban masyarakat dengan internet.

Pada tanggal 11 Februari 2011, Suara Merdeka TV, sebuah situs web streaming video, diperkenalkan. Suaramerdeka.com menyajikan fakta dengan cara yang lebih menghibur. Selain teks dan gambar, situs ini juga menggunakan audio, infografis, dan gambar bergerak untuk menyampaikan informasi. Ini adalah komponen penting untuk memenuhi berbagai kebutuhan pembaca yang semakin luas dan berkembang menjadi platform untuk melibatkan audiens dari segala usia. Tujuan kami untuk menjadi tempat untuk terhubung sejalan dengan strategi kerja sama, berkolaborasi dengan berbagai lapisan masyarakat. Sebagai teman di saat-saat sulit dan mitra untuk maju bersama para pembaca kami. Selain menyediakan informasi terkini untuk membantu pemahaman kita tentang dunia, kami juga bekerja keras untuk mengikuti perkembangan teknologi informasi.

## **2.7 Kedaulatan Rakyat Online**

Bagian bisnis Grup Media Kedaulatan Rakyat, Krjogja.com, terlibat dalam industri berita media online Yogyakarta. Media massa tertua yang masih ada di Indonesia adalah surat kabar Kedaulatan Rakyat (KR). Empat puluh hari setelah Indonesia merdeka, pada 27 September 1945, KR mulai terbit. Penduduk Jawa Tengah dan Daerah Istimewa Yogyakarta sudah familiar dengan merek KR. Seolah-olah KR akan disebut-sebut oleh para pembeli surat kabar. Kedaulatan Rakyat adalah media lokal dengan pembaca terbanyak di Indonesia, menurut halaman Tentang Kami di situs web resmi KR Jogja. Pada 1 Juni 2009, Krjogja.com, platform media online KR, didirikan dengan nama domain [www.krjogja.com](http://www.krjogja.com). Awalnya, situs web Kedaulatan Rakyat ([www.kr.co.id](http://www.kr.co.id)) hanya menampilkan berita Yogyakarta dari publikasi cetak SKH Kedaulatan Rakyat. Krjogja.com mengintegrasikan beritanya dengan edisi News Actual dan saluran lain hingga 1 Juni 2009.

Berita Yogyakarta, Jawa Tengah, nasional dan internasional, bisnis, ekonomi, pendidikan, olahraga, gaya hidup, pariwisata, teknologi, dan konsultasi kalender semuanya diliput oleh Krjogja.com. Perusahaan online pertama milik PT. BP Kedaulatan Rakyat, Krjogja.com, diluncurkan pada 1 Juni 2009, dan materi beritanya dibuat tidak hanya untuk memberikan informasi berita tetapi juga untuk

memberikan informasi mendalam sebagai respons terhadap kebutuhan masyarakat. Selain itu, gagasan portal online semakin populer karena aktual dan menyediakan pelaporan peristiwa secara real-time. Masyarakat kini dapat membaca berita tanpa harus menunggu hingga hari berikutnya.

