

BAB II TINJAUAN TEORI

2.1 Jurnalistik Sebagai Metode Penyelenggaraan Komunikasi

Jurnalistik adalah disiplin ilmu dan praktik yang menggabungkan pengumpulan, penulisan, pengeditan, serta penyebaran informasi melalui berbagai medium, termasuk cetak, elektronik, dan digital. Jurnalistik modern tidak hanya mencakup pemberitaan berita (news reporting) tetapi juga peliputan investigatif, feature writing, dan analisis kritis. Menurut buku "*Journalism: Principles and Practice*" karya Tony Harcup, jurnalistik bertujuan memberikan laporan yang akurat dan informatif kepada publik guna mendukung kebebasan informasi serta akuntabilitas demokrasi.

Jurnalistik melibatkan serangkaian langkah mulai dari pencarian fakta, wawancara narasumber, verifikasi data, hingga penyusunan laporan yang sesuai dengan prinsip-prinsip jurnalistik seperti akurasi, objektivitas, serta keterbukaan. Dalam jurnal "*The Ethics of Journalism: Principles for Ethical Practice*" oleh Patrick Lee Plaisance, ditekankan bahwa jurnalistik bukan hanya sekadar menyampaikan informasi, tetapi juga berperan dalam menjaga integritas dengan menyajikan berita yang seimbang dan tidak bias.

Lebih lanjut, jurnalistik juga memerlukan keterampilan kritis untuk menilai sumber informasi dan memisahkan fakta dari opini. Hal ini dipertegas oleh Kovach dan Rosenstiel dalam buku mereka "*The Elements of Journalism*", yang menyebutkan bahwa komitmen utama jurnalis adalah melayani kebenaran dan memenuhi hak masyarakat untuk mengetahui fakta-fakta yang relevan.

Perkembangan jurnalistik di era digital telah mempengaruhi cara informasi diproduksi dan disebar. Jurnal "*Journalism in the Digital Age: The Impact of Technology*" oleh Mark Deuze, menjelaskan bahwa digitalisasi membawa tantangan baru seperti verifikasi informasi cepat dan etika dalam penggunaan media sosial. Jurnalis kini harus mampu menyaring informasi di tengah arus data yang begitu cepat dan luas, memastikan validitas sumber sebelum publikasi.

Dengan semua perkembangan ini, jurnalis tetap berpegang pada prinsip-prinsip esensial: memberikan informasi yang tepat waktu, dapat dipercaya, dan memelihara tanggung jawab moral kepada publik.

2.1.2 Pengertian Ilmu Komunikasi

Menurut Harold Lasswell, ilmu komunikasi didefinisikan sebagai proses penyampaian pesan yang mencakup lima elemen utama, yang dikenal dengan model "*Lasswell's Communication Model*". Model ini dirumuskan dalam kalimat terkenal: "*Who says what in which channel to whom with what effect?*" atau dalam bahasa Indonesia, "Siapa mengatakan apa melalui saluran apa, kepada siapa, dan dengan efek apa?".

Lima elemen dalam model Lasswell ini meliputi:

1. Who (Siapa) – Komunikator atau pengirim pesan.
2. Says what (Mengatakan apa) – Pesan atau informasi yang disampaikan.
3. In which channel (Melalui saluran apa) – Media atau saluran yang digunakan untuk menyampaikan pesan.
4. To whom (Kepada siapa) – Penerima atau audiens dari pesan tersebut.
5. With what effect (Dengan efek apa) – Dampak atau efek dari pesan yang disampaikan.

Lasswell menjelaskan bahwa komunikasi tidak hanya sebatas penyampaian pesan, tetapi juga mencakup pemahaman dampak dan efek dari pesan terhadap penerimanya. Model ini menjadi dasar bagi perkembangan teori komunikasi karena fokusnya pada aspek pesan dan dampaknya terhadap perilaku audiens.

2.2 Jurnalistik Online

Jurnalistik dihubungkan dengan penyebarluasan berita dan sering kali dikaitkan dengan media massa. Dalam era media baru, seperti media online, muncul pula jurnalistik online. Salah satu keunggulan utama media online adalah kemampuannya dalam menyajikan informasi dengan cepat dan selalu terkini. Jurnalistik online telah berkembang menjadi aspek yang menarik dalam komunikasi massa, di mana jurnalis dan pembaca dapat berkontribusi secara langsung dengan memberikan informasi dan pengalaman mereka (Ward, 2002:18).

Perkembangan jurnalistik online tidak terduga dan tidak menggantikan media konvensional, menurut Jim Hall. Media konvensional memiliki hubungan erat dengan internet, dan pada pertengahan 1990-an hampir semua media nasional

beralih ke versi online. Hal ini menunjukkan bahwa media online dan media konvensional saling terkait dan berkembang bersama (Hall, 2001:4).

2.2.1 Prinsip Jurnalistik Online

Jurnalistik online memiliki prinsip mendasar, setidaknya ada lima prinsip dasar jurnalistik online yang kerap kali disingkat B-A-S-I-C, yaitu Brevity, Adaptability, Scannability, Interactivity, Community and Conversation. Paul Bradshaw dalam "*Basic Principal of Online Journalism*" (onlinejournalismblog.com).

- **Brevity (Keringkasan).** Sebuah berita online dikenal akan kepraktisan dan keringkasan informasinya. Oleh karena itu sebuah berita yang dimuat di media online seperti website, harusnya bersifat ringkas. Karena pembacanya memiliki aktivitas yang semakin padat di tiap perkembangan zaman.
- **Adaptability (Kemampuan beradaptasi).** Seorang wartawan atau reporter dituntut untuk dapat terus beradaptasi. Prinsip ini harus dikuasai sebab perkembangan teknologi yang begitu cepat, memungkinkan pembaca memiliki kebutuhan dan preferensi yang beragam. Oleh karena itu adanya Jurnalis setidaknya dapat menyajikan jenis konten berita yang beragam juga yang bersifat multimedia.
- **Scannability (Dapat dipindai).** Suatu kanal website wajib dapat dipindai, hal tersebut dapat memudahkan para pembacanya agar tidak merasa terpaksa untuk mengakses sebuah berita di situs online.
- **Interactivity (Interaktivitas).** Aspek komunikasi dua arah yang ada pada media online menjadi sangat penting. Pasalnya komunikasi dari pembaca pada setiap konten berita dari penulisnya, memungkinkan keterikatan tersendiri. Pembaca akan meras dilibatkan jika proses interaksi berjalan lancar.

2.2.2 Karakteristik Jurnalistik Media Online

Menurut Romli, 2012 media online memiliki karakteristik dan keunggulan yang lebih besar jika dibandingkan dengan media konvensional. Karakteristik

jurnalistik media online tidak hanya terletak pada jenis saluran daring yang efektif, namun juga identik dengan akses fleksibilitasnya.

Multimedia menjadi salah satu karakteristik jurnalistik online yang paling menonjol. Multimedia adalah kombinasi dari teks, gambar, suara, animasi, dan video yang disatukan dalam satu presentasi atau aplikasi untuk menyampaikan informasi atau pengalaman yang interaktif. Menurut Vaughan dalam bukunya "*Multimedia: Making It Work*", multimedia didefinisikan sebagai penggunaan berbagai bentuk media secara bersamaan untuk menyampaikan informasi dengan lebih menarik dan efektif. Konsep ini menggabungkan elemen-elemen visual dan audio untuk menciptakan pengalaman pengguna yang lebih imersif dan interaktif.

Selain itu aktualitas juga merupakan karakteristik jurnalistik online berikutnya yakni kecepatan pengelolaan informasi. Hal ini dapat terjadi karena kemudahan dalam mengakses informasi lewat saluran praktis seperti sebuah website. Selain itu kecepatan dalam pembaruan informasi juga jadi salah tiga karakteristik media online. Peralnya tidak seperti media cetak, konten jurnalistik yang dimuat di suatu website dapat disunting. Jika terdapat sebuah kesalahan dalam proses editing redaksional. Meskipun seorang Jurnalis dituntut untuk memiliki konsep *zero mistake* namun pembaruan informasi dapat menjadi solusi lain jika hal tersebut terjadi.

Kapasitas yang luas juga jadi salah satu keunggulan dari media online. Sebuah halaman web dapat menampung lebih banyak naskah yang sangat Panjang. Ini memudahkan keperluan jenis konten berita seperti investigative hingga indepth. Penulis dapat menyajikan informasi yang lebih lengkap sesuai dengan kebutuhan jenis beritanya. Tentu fleksibilitas juga menjadi keunggulan media online yang cukup penting. Selain berita dapat diakses di mana saja dan kapanpun, pemuatan dan editing naskah bisa kapan saja dan di mana saja. Jadwal terbit berita juga dapat dilakukan setiap saat.

Keunggulan media online juga teletak pada sifat interaktif, dengan adanya fasilitas kolom komentar. Hal tersebut tentu memudahkan pengelolaan saluran penulis untuk dapat mengetahui respon pembacanya. Penyediaan dokumentasi yang baik juga menjadi karakter kanal berita *new media* ini. Seluruh konten artikel berita tersimpan dalam arsip atau sebuah bank data. Adanya fitur *hyperlinked* juga

memungkinkan pembaca untuk menghubungkan konten artikel terkait, agar memudahkan pembaca untuk menemukan konten serupa.

2.3 Fungsi Web Developer dalam Produksi Website

Web developer adalah individu atau tim yang memiliki tanggung jawab untuk merancang, mengembangkan, dan memelihara situs web atau aplikasi berbasis web. Seorang web developer menggunakan berbagai teknologi, hingga kemampuan untuk menggunakan alat pengembangan untuk menciptakan situs yang fungsional, menarik, serta sesuai dengan kebutuhan pengguna.

Menurut MDN Web Docs (2024), web developer berperan sebagai penghubung antara kebutuhan bisnis atau pengguna dengan teknologi, menciptakan solusi digital yang relevan dan efektif.

Web developer memiliki beberapa fungsi utama yang berperan penting dalam pengembangan situs web, antara lain:

1. Membangun Struktur Situs

Web developer bertugas membangun kerangka kerja dasar situs, termasuk struktur navigasi, halaman, dan fungsi yang memastikan situs dapat diakses dengan mudah oleh pengguna.

2. Mengembangkan Pengalaman Desain Antarmuka Pengguna (UI)

Front-end developer bertanggung jawab menciptakan tampilan visual yang menarik, responsif, dan ramah pengguna dengan menggunakan teknologi seperti HTML, CSS, dan JavaScript.

3. Membangun Data Base yang Aman

Back-end developer mengatur logika server, pengelolaan database, dan integrasi API untuk memastikan data berjalan dengan lancar di belakang layar.

4. Membantu Meningkatkan Performa Situs

Web developer bertanggung jawab melindungi situs dari potensi ancaman keamanan dengan menerapkan teknik enkripsi, sistem autentikasi, dan pembaruan perangkat lunak.

5. Mengembangkan Inovasi Sesuai Adopsi Pengunjung

Web developer dapat mengembangkan fitur tambahan seperti mesin pencarian internal, sistem komentar, atau integrasi media sosial sesuai dengan kebutuhan situs.

Dengan pemahaman tentang teknologi modern dan fungsinya, web developer menjadi komponen kunci dalam menghadirkan pengalaman digital yang relevan dan berdaya saing di berbagai industri, termasuk jurnalistik.

2.4 New Media

New media adalah media yang menggunakan internet dan teknologi online, memiliki fleksibilitas dan interaktivitas tinggi, serta dapat berfungsi secara pribadi maupun publik (Mondry, 2018:13). Media online merupakan bagian dari new media yang hanya dapat diakses melalui internet, termasuk media cetak dan elektronik (Vera, 2016:89). Keunggulan media online meliputi informasi yang selalu terupdate, aksesibilitas yang mudah, dan penyajian berita secara real-time (Suryawati, 2014:46). Secara definisi new media atau media online dapat diartikan sebagai sebuah media yang menyajikan konten secara di situs web (website) internet.

New media atau media online merupakan salah satu produk jurnalistik online atau kerap kali dikenal sebagai cyber journalism. Yakni sebuah pelaporan fakta atau peristiwa yang diproduksi kemudian didistribusikan melalui internet.

2.5 Konvergensi Media Pada Penyelenggaraan Aktivitas Jurnalistik

Teori konvergensi media adalah konsep yang menggambarkan penggabungan atau integrasi berbagai bentuk media ke dalam satu platform atau saluran komunikasi yang terpadu. Konsep ini muncul sebagai respons terhadap perkembangan teknologi digital yang memungkinkan berbagai format media seperti teks, audio, video, dan grafis, untuk digabungkan dan diakses secara bersamaan melalui perangkat yang terhubung ke internet.

Erdal, 2011 mengungkapkan bahwa konvergensi media erat kaitannya dengan gagasan integrasi dan kolaborasi. Dalam bidang Jurnalisme, konsep konvergensi media bergantung pada tiga dimensi utama yakni teknologi, ekonomi

dan regulasi. Dimensi ini berpengaruh pada jenis konten yang diproduksi, penggunaan media atau saluran dan praktik *news room*. Oleh karena itu sangat penting memahami karakteristik media baru. Sebab konvergensi media pada Jurnalistik harus dapat memastikan bahwa produksi berita harus dapat berintegrasi dengan informasi multiplatform hingga penceritaan media.

Ada beberapa model konvergensi yang sering digunakan dalam organisasi media jurnalistik (Spyridou & Veglis, 2016) yakni:

1. Konvergensi Taktik (Tactical Convergence). Model konvergensi yang menekankan kemitraan konten dan promosi.
2. Konvergensi Kepemilikan (Ownership Convergence). Konvergensi kepemilikan mengarah pada upaya perusahaan untuk mendorong kepemilikan beragam konten atau kanal distribusi yang bias akita kenal dengan proyek akuisisi media.
3. Konvergensi Struktural (Structural Convergence). Model konvergensi ini melibatkan perubahan baik dalam kondisi ruang redaksi.
4. Konvergensi pengumpulan informasi (information-gathering convergence). Konvergensi ini mengharuskan para reporter memiliki beragam keterampilan sekaligus. Seperti menulis berita, merekam video hingga mengeditnya sendiri.
5. Konvergensi bercerita (storytelling convergence) Model jenis konvergensi ini memaksa para jurnalis untuk mengeluarkan kemampuan penyampaian cerita dengan unik pada masing-masing media.

Konvergensi media memfasilitasi penciptaan ekosistem media yang lebih dinamis dan kolaboratif, yang mengubah cara informasi diproduksi, disebarkan, dan dikonsumsi. Sehingga, teori ini tidak hanya mencakup pergeseran teknis, tetapi juga mencerminkan perubahan signifikan dalam komunikasi dan struktur sosial dalam era digital.

2.6 Teori Kekayaan Media (Media Richness Theory)

Teori Kekayaan Media (Media Richness Theory) pertama kali diperkenalkan oleh Richard L. Daft dan Robert H. Lengel pada tahun 1986. Teori ini menjelaskan bagaimana karakteristik suatu media komunikasi memengaruhi

efektivitas penyampaian informasi. Media richness atau "kekayaan media" mengacu pada kapasitas sebuah media untuk menyampaikan pesan secara efektif, khususnya dalam menyelesaikan ketidakpastian dan ambiguitas dalam komunikasi. Semakin kaya media, semakin efektif media tersebut dalam menyampaikan pesan yang kompleks.

Dalam konteks jurnalistik online, teori ini menjadi relevan karena pengelolaan saluran media digital melibatkan berbagai format dan platform untuk menyampaikan berita kepada audiens.

Menurut Daft dan Lengel, kekayaan media dapat diukur berdasarkan empat dimensi utama:

1. **Kemampuan Menyediakan Umpan Balik Langsung**

Media yang kaya memungkinkan adanya komunikasi dua arah secara langsung, seperti live chat atau komentar interaktif di artikel berita.

2. **Kemampuan Mengomunikasikan Berbagai Isyarat dan Informasi**

Media yang kaya dapat menyertakan elemen visual, audio, dan teks secara bersamaan, seperti video berita atau infografik interaktif.

3. **Kepribadian atau Personalisasi Pesan**

Media yang lebih kaya mampu menyampaikan pesan dengan nuansa emosional, seperti melalui video editorial atau podcast jurnalistik.

4. **Variasi Bahasa yang Digunakan**

Media yang kaya dapat menyampaikan informasi melalui berbagai cara, seperti narasi teks, video, grafik, atau audio.

Dalam pengelolaan saluran media untuk jurnalistik online, penerapan teori kekayaan media membantu menentukan media atau platform yang paling efektif untuk menyampaikan informasi tertentu. Berikut adalah kaitannya:

1. **Pemilihan Format Berita**

Berita yang membutuhkan penjelasan mendalam atau konteks emosional, seperti liputan investigasi, lebih baik disampaikan melalui video

dokumenter atau infografik interaktif yang merupakan media kaya. Sementara itu, berita singkat lebih cocok disampaikan dalam bentuk teks.

2. **Penggunaan Multimedia**

Kekayaan media dimanfaatkan dalam jurnalistik online melalui integrasi teks, video, gambar, dan infografik dalam satu artikel untuk memberikan pemahaman yang lebih komprehensif kepada pembaca.

3. **Interaktivitas dengan Audiens**

Fitur seperti kolom komentar, polling, atau siaran langsung memungkinkan umpan balik langsung dari pembaca, menjadikan jurnalistik online sebagai saluran media yang lebih kaya dibandingkan dengan media cetak tradisional.

4. **Pengelolaan Berita Cepat**

Dalam situasi yang memerlukan penyebaran informasi secara cepat, seperti berita darurat atau breaking news, media dengan kekayaan lebih rendah seperti notifikasi push atau headline singkat di media sosial digunakan untuk menyampaikan inti berita. Selanjutnya, berita tersebut dapat diikuti dengan laporan yang lebih kaya di situs utama.

2.7 Manajemen Website Portal Berita

Perencanaan dan koordinasi adalah dua konteks utama di mana fungsi manajemen sering diterapkan. Sebagai anggota tim redaksi, seseorang bertugas mencapai tujuan bersama dalam melaksanakan tugas-tugas jurnalistik. Secara umum, istilah "manajemen" atau "mengorganisasi" berasal dari kata bahasa Inggris *to manage*. Dalam prosesnya, berbagai isu mungkin muncul, memunculkan pertanyaan tentang sifat regulasi, kewenangan untuk memberlakukannya, kebutuhan akan regulasi, dan tujuan akhir dari regulasi tersebut. Melalui pelaksanaan fungsi manajemen, seseorang dapat menganalisis serta menentukan tujuan, tugas, dan tanggung jawab dengan cara yang terstruktur, efektif, dan efisien.

Manajemen sendiri didefinisikan sebagai tindakan membimbing dan mengarahkan sumber daya manusia maupun non-manusia (seperti uang, material, proses, dan pasar) dalam suatu organisasi demi mencapai tujuannya. Dalam buku *Principles of Management* karya Terry (1958), dijelaskan ada empat fungsi dasar manajemen, yaitu: Planning (perencanaan), Organizing (pengorganisasian), Actuating (pelaksanaan), dan Controlling (pengendalian).

Manajemen website portal berita memegang peran penting dalam memastikan keberlangsungan dan keberhasilan operasional sebuah media online, termasuk pada mantraidea.com. Proses manajemen ini sering kali menggunakan pendekatan POAC, yaitu Planning, Organizing, Actuating, dan Controlling. Setiap elemen POAC memberikan panduan strategis dalam mengelola konten, sumber daya, dan interaksi dengan audiens. Berikut adalah penjelasan rinci mengenai penerapan POAC dalam manajemen website portal berita:

1. Planning (Perencanaan)

Pada tahap ini, tim manajemen menetapkan tujuan dan strategi pengelolaan website. Hal-hal yang direncanakan meliputi:

- **Tujuan Jangka Pendek dan Panjang:** Menentukan target trafik, engagement, serta pertumbuhan audiens.
- **Perencanaan Konten:** Membuat jadwal penerbitan artikel berdasarkan tren, kebutuhan audiens, dan SEO.
- **Penyusunan Anggaran:** Mengalokasikan dana untuk kebutuhan pengembangan, hosting, desain, dan pemasaran.
- **Rencana Teknologi:** Menentukan platform CMS (Content Management System) yang akan digunakan, pengelolaan server, dan keamanan data.

2. Organizing (Pengorganisasian)

Tahap pengorganisasian bertujuan untuk membagi tugas dan tanggung jawab ke dalam struktur yang efisien. Pada portal berita seperti mantraidea.com, pengorganisasian meliputi:

- **Struktur Tim:** Pembagian tugas antara penulis, editor, tim SEO, web developer, dan desainer grafis.
- **Workflow:** Menetapkan alur kerja, mulai dari pembuatan ide artikel, penulisan, pengeditan, hingga publikasi.
- **Sistem Kolaborasi:** Menggunakan tools seperti Trello, Slack, atau Google Workspace untuk memfasilitasi komunikasi dan kolaborasi tim.
- **Pemanfaatan Teknologi:** Implementasi alat analitik seperti Google Analytics untuk memonitor performa konten.

3. Actuating (Pelaksanaan)

Tahap ini adalah implementasi dari semua rencana yang telah dibuat. Beberapa aktivitas utama dalam pelaksanaan manajemen website meliputi:

- **Produksi Konten:** Penulisan dan penerbitan artikel yang relevan, menarik, dan sesuai dengan prinsip SEO.
- **Pemeliharaan Website:** Memastikan website berjalan tanpa gangguan dengan memperbarui sistem dan memperbaiki bug.
- **Promosi:** Menggunakan media sosial, email marketing, dan iklan digital untuk meningkatkan trafik.
- **Interaksi dengan Audiens:** Menanggapi komentar, pertanyaan, atau masukan dari pembaca untuk meningkatkan engagement.

4. Controlling (Pengendalian)

Pengendalian dilakukan untuk memastikan semua aktivitas berjalan sesuai dengan rencana dan target yang telah ditetapkan. Pada tahap ini, manajemen melakukan:

- **Monitoring Trafik:** Menganalisis data dari Google Analytics untuk memahami pola kunjungan dan preferensi pembaca.
- **Evaluasi Konten:** Mengevaluasi performa artikel berdasarkan views, shares, dan feedback pembaca.
- **Audit Keuangan:** Memastikan alokasi anggaran sesuai dengan kebutuhan dan memberikan return of investment (ROI) yang optimal.
- **Peningkatan Kinerja:** Melakukan revisi terhadap strategi yang kurang efektif, baik dari sisi teknologi maupun manajemen.

Penerapan POAC dalam manajemen website portal berita tidak hanya membantu menjaga kualitas konten dan operasional, tetapi juga memberikan fleksibilitas untuk beradaptasi dengan perubahan teknologi dan preferensi audiens. Dengan pendekatan ini, mantraidea.com dapat terus berkembang sebagai platform berita yang relevan dan kompetitif di dunia digital.