

## BAB II

### TINJAUAN PUSTAKA

#### 2.1 Media Komunikasi Massa

Masyarakat pada era sekarang, dalam memperoleh informasi bisa didapat dengan mudah dan cepat dikarenakan era teknologi yang berkembang. Tahap komunikasi bermula dari pralisan, lisan, media massa (media cetak dan elektronik). Menurut McQuail, pengertian dari Komunikasi Massa sendiri dipahami sebagai suatu proses komunikator (pembuat pesan) menyampaikan pesan secara luas menggunakan bantuan media dalam proses penyebarluasan pesan, hingga menciptakan makna-makna serta diharapkan dapat mempengaruhi khalayak melalui berbagai cara. Massa disini merujuk pada khalayak, audience, penonton, pemirsa maupun pendengar dan pembaca.

Media massa sendiri dibedakan menjadi dua yaitu ada media Tradisional seperti dahulu adanya seni pertunjukan, surat kabar, majalah, radio, televisi (elektronik) dan film. Hingga adanya perkembangan teknologi yang mengarah serba digital dan membawa banyak perubahan bagi Masyarakat yang dinamakan Media baru. Seperti halnya media baru yaitu ada media sosial dimana, karakteristik dari media baru identik dan bersifat jaringan atau internet. Media baru merupakan proses penyampaian informasi melalui teknologi digital yang dapat diakses melalui perangkat komunikasi yang terhubung dengan internet.

Menurut Nicholas Gane (2008), New media memiliki konsep didalamnya, seperti:

- a. Jaringan: Perannya pada konsep media baru yaitu infrastruktur penghubung antara computer satu sama lain dan untuk berbagai perangkat eksternal, dengan demikian pengguna darkomunikasi dan bertukar informasi.
- b. Informasi: definisi informasi pada new media yaitu bentuk data yang telah disusun dan dikomunikasikan. Sedangkan, menurut Machlup, informasi merupakan komunikasi pengetahuan.
- c. *Interface*: *Interface* adalah perangkat konseptual didalam jaringan untuk memahami media baru beroperasi dan efek yang dihasilkan (Beer). Definisi interface sendiri, pada media baru merupakan pertemuan titik dari sejumlah dinamika sosial dan budaya, oleh karenanya memungkinkan dan dapat menengahi struktur kekuasaan informasi dan dapat mengubah hubungan antar lingkungan.

Untuk jenisnya New Media diantaranya ada, Media Sosial, Surel, Situs Web, Media Online dan Streaming Video.

## **2.2 Media Online**

Media online atau bisa juga disebut media *cyber*, secara definisi dapat diartikan sebagai media yang tersaji secara online di situs web (website) internet. Menurut Nugroho (2012), media online merupakan sebutan bagi sebuah bentuk media yang berbasis telekomunikasi dan multimedia (baca, komputer dan internet). Didalamnya mencakup portal, website (situs web), radio-online, TV-online, pers online, mail-online dengan karakteristik masing-masing sesuai dengan fasilitas yang memungkinkan user memanfaatkannya.

Mengacu pada kajian teori *New Media* dimana dalam mengakses informasi ataupun konten, dapat dilakukan kapanpun dan dimanapun tidak dibatasi oleh ruang atau waktu pada perangkat digitalnya. Bisa di artikan bahwa *new media* merupakan sebuah kumpulan teknologi yang melahirkan wadah interaksi kepada penggunaanya dengan proses komunikasi secara timbal balik atau dua arah. Berbeda dengan media konvensional atau media sebelumnya. Adapun karakteristik yang dimiliki oleh media online salah satunya, kecepatan atau aktualitas, untuk point ini lebih kepada pendistribusian informasi kepada pembaca dan informasi yang ada tertuang dalam bentuk data maupun fakta. Adanya pembaruan atau update informasi yang bisa dilakukan secara terus menerus.

Interaktif, menjadi karakteristik paling terlihat yang dimiliki media online yaitu sifat komunikasi dua arah, sehingga menimbulkan banyak interaksi. Karakteristik lain yaitu personalisasi, dimana masyarakat memiliki *self control* selektif dalam mencari informasi sesuai dengan kebutuhannya. Untuk penyimpanan, media online dapat diakui memiliki kapasitas lebih besar atau bisa dikatakan tanpa batas sebagai penunjangnya. Adanya karakteristik *hyperlink*, dimana satu berita dapat terhubung oleh beberapa sumber.

## **2.3 Jurnalistik Online**

Jurnalistik online mengacu pada dua kata yaitu “jurnalistik” dan “online”. Kata jurnalistik dipahami sebagai proses peliputan, penulisan dan penyebarluasan informasi

(aktual) atau berita melalui media massa. Sedangkan online, mengacu pada keadaan terhubung pada internet atau *world wide web* (www). Dari dua pengertian tersebut, jurnalistik online memiliki arti penyebarluasan informasi atau berita ditunjang media internet yang lebih menekankan pada website. Website sendiri memiliki pengertian sebagai halaman yang dapat memiliki fitur konten seperti teks, video, audio dan gambar yang dapat diakses melalui internet. Website sendiri merupakan hasil dari perkembangan baru dari media, atau biasa dikenal dengan sebutan *New Media*. Karakteristik dari *new media* salah satunya adalah informasi dapat diakses kapan saja dan dimana saja selama terhubung dengan koneksi internet. Dalam jurnalistik online, multimedia menjadi dasar, sedangkan elemen lain dari jurnalistik online terdapat Judul (*headline*), isi (*text*), gambar atau foto, grafis (ilustrasi, logo) dan *hyperlinked*.

Namun, semakin berkembangnya teknologi digital membuat media online yang awalnya hanya untuk menampilkan berita dalam bentuk tulisan dan foto, kini dapat menampilkan berita dalam bentuk video atau visual. Tak hanya itu, sekarang adanya sebutan *Citizen Journalism*, yaitu istilah bagi masyarakat yang dapat memproduksi sebuah laporan atau berita dan diunggah ke media yang seperti pada kolom komentar, hingga blog pribadi. Dalam *citizen journalism* ini, mengubah peran publik dari seorang obyek berita, menjadi aktif dan memiliki peran layaknya wartawan. Menyajikan berita dengan bagus, objektif, cepat, akurat menjadi perubahan yang memiliki pengaruh besar untuk media di zaman sekarang.

Tidak mematuhi standart prosedur dalam kode etik *journalism*, menjadi salah satu kekurangan dari *citizen journalism*. Seperti akurasi dan kredibilitas tidak lagi diutamakan dalam penulisan kata (bahasa jurnalistik) dan penggunaan kaidah bahasa tidak terikat. Jurnalisme online ssaat ini lebih mengutamakan *flash news* (berita cepat). Jenis berita tersebut tidak menggunakan batasan waktu untuk penulisan berita, tidak ada batasan jumlah paragraf, serta wartawan tidak harus menunggu konfirmasi berita dari narasumber.

#### **2.4 Food Journalism**

*Food Journalism* bisa diartikan sebagai jurnalisme pada bidang khusus, terdiri dari gambar narasi yang berkaitan dengan makanan dan keahlian memasak. Menurut (Jones dan Taylor, 2013), makanan dan keahlian memasak menjadi suatu bagian kebutuhan vital,

kehidupan masyarakat, budaya dan waktu luang orang. Disebutkan juga, makanan merupakan alat yang sangat menarik untuk penokohan karakter dan momen sejarah. Makanan menjadi instrumen (simbol dan mitos) dalam menciptakan budaya dan identitas suatu komunitas oleh karenanya, hingga kini keahlian dalam memasak menjadi cerminan gaya hidup semakin dihargai. Masakan dapat diartikan, menjadi gudang dari semua akumulasi peninggalan nenek moyang. Dalam arti luas, menunjukkan bahwa menulis tentang kuliner topik menyentuh kehidupan, tradisi, dan ingatan orang-orang (Smith,1995).

Gastronomi dapat diartikan sebagai ilmu makanan yang berhubungan dengan budaya atau penyebutan ilmiah dari *Food Journalism*. Menurut Gillespie & Cousins (2012:2), gastronomi mempelajari berbagai komponen budaya dengan makanan sebagai seni kuliner. Sedangkan menurut Krisnadi (2018), hubungan budaya dengan gastronomi terjadi karena produk budidaya pada kegiatan pertanian seperti mengenal warna, aroma dan rasa dari suatu makanan yang dapat ditelusuri asal-usulnya dari lingkungan tempat bahan baku yang dihasilkan masuk dalam ilmu gastronomi. Gastronomi sendiri merupakan pembahasan kuliner terkait dengan komponen budaya, filosofi, rasa dan aroma, sehingga menghasilkan beberapa sudut pandang mengenai gaya kuliner.

Pada konsep *food* dan gastronomi *journalism*, penulis dan portal media yang dimiliki lebih berpedoman kepada *food journalism* yang mencakup lebih banyak beragam sudut pandang. Namun tetap memiliki standar adanya gastronomi *journalism* dalam karya kepenulisan.

#### **2.4 Newsroom**

*Newsroom* berkaitan erat dengan praktik jurnalistik yang dapat merubah hasil prooduk jurnalistik baik dari segi kualitas. Kode etik jurnalis, komitmen dan etika *deadline* menjadi pedoman penting dan menjadi dasar dari manajemen *newsroom*. *Newsroom* merupakan ruang dalam memproduksi sebuah berita maupun konten portal media online dengan penerapan konsep manajemen redaksional didalamnya.. Semua pengelola wajib tersadar bahwa seperti itulah cara kerja jurnalis dan bagaimana dikerjakan oleh jurnalis. *Newsroom* juga memiliki pengaruh langsung pada praktik *journalism* media dan kualitas

luarannya (Aviles, 2009). Jumlah personil ruang redaksi bagi pemula tidak memiliki patokan. Rapat redaksi akan pasti sering dilakukan dalam membahas sesuatu, mulai memutuskan mana berita yang layak dimuat dalam media, serta mana berita yang muncul di layar depan dan pembahasan lain mengenai tim maupun media online.

## **2.5 Konvergensi Media**

Adanya perkembangan media massa yang melibatkan berbagai faktor teknologi dapat diidentifikasi sebagai konvergensi media. Konvergensi media merupakan penggabungan dari berbagai jenis media yang berbeda menjadi satu *platform* atau produk yang lebih luas. Konvergensi media merujuk pada keadaan di mana sistem media berjalan secara seiringan antara media lama dengan media baru. Internet menjadi komponen utama terciptanya sebuah konvergensi media, hal ini terjadi karena internet memberikan akses yang mudah dan cepat terhadap berbagai jenis media. Kehadiran internet mendorong media massa menerapkan konsep konvergensi media seperti media online, e-paper, e-books, radio streaming, dan media sosial yang digabungkan dengan media lainnya (Azahari, 2022).

Konvergensi media menggabungkan tiga unsur utama dalam industri media, yaitu komputasi, informasi dan teknologi yang menjadi satu kesatuan. Adanya konvergensi media membawa perubahan terminologi menyangkut media dan menjadi tantangan tersendiri. Konvergensi media dalam jurnalism mempengaruhi bagaimana jurnalis bekerja di era baru tersebut, sebagaimana hal ini juga mempengaruhi pada penyebaran informasi pada masyarakat maupun dalam proses pencarian bahan berita. Konvergensi media mempermudah langkah jurnalis Kanekabe.com dalam bekerja yaitu memperoleh data dan informasi dari media sosial maupun wawancara secara langsung.

## **2.6 Search Engine Optimization (SEO)**

Penyebaran informasi, penyimpanan, pengolahan, serta penyajian informasi sangat dipengaruhi perkembangan teknologi informasi. Kemajuan tersebut dapat dirasakan pada portal atau media informasi berbasis online. Oleh karenanya, sebuah tim redaksi dituntut mengerti dan lebih memahami dengan konsep logaritma digital informasi. Pengembangan atau pengoptimalan dalam setiap portal media online seringkali menjadi faktor yang paling

penting karena masuk dalam strategi tim redaksi. SEO merupakan suatu proses yang dapat dilakukan dengan secara sistematis yang bertujuan meningkatkan daya tarik atau kualitas pencarian suatu kunjungan web melalui mesin pencari yang menuju pada website tersebut. SEO sendiri merupakan sebuah mekanisme dalam meningkatkan visibilitas suatu situs web dan kemudahan penemuan dalam pencarian hasil organik. Tujuan SEO adalah memposisikan sebuah website pada proses pencarian berada paling teratas yang berdasarkan kata kunci yang ditargetkan (Hernawati, 2013).

Terdapat dua macam teknik penunjang SEO yaitu SEO *on page* dan *off side*. *On page* sebutan bagi teknik yang dilakukan di halaman website, teknik ini berfokus menunjang pada bagian website seperti *content*, *tag link* dan kata kunci (Himawan, Arisantoso, & Saefullah, 2017). Untuk SEO *off page* merupakan teknik penunjang yang dilakukan diluar website, seperti menambahkan *inbound link* (link dari platform lain yang mengarahkan pada halaman web tersebut). Menulis komentar dan meninggalkan link halaman web dalam form komentar, juga masuk dalam teknik *off side*. Indikator dalam SEO dapat sewaktu-waktu berubah. Perubahan tersebut tergantung pada algoritma google dan indikator utama lebih kepada teknik SEO *on page*. Beberapa indikator yang dapat digunakan dalam Teknik SEO *on page* (A. Riyanto, 2018):

1. *Title Tags*: Pemberian atau penyisipan *keyword title* atau elemen HTML judul di laman website.
2. *Meta keyword* dan *Meta Description*: Pemberian kata kunci yang tepat dan ditunjang *meta description* sekitar 150-160 karakter. *Keyword* diberikan pada judul, karena judul memiliki relevansi dari *keyword*, merupakan cara optimalisasi SEO agar berita mudah dicari
3. *Heading Tag*: Memberikan *tag little* atau *caption* disetiap gambar yang diunggah di artikel.
4. *URL Structure*: Penggunaan struktur URL sederhana (mengandung nama domain dan judul artikel) menjadi kemudahan mesin pencari mengenali topik yang sedang dicari.

5. *Content*: Pemilihan topik berita dari konten juga menjadi hal penting dalam sebuah SEO halaman web. Memberikan penebalan atau pengulangan kata-kata dari isi sebuah artikel sebagai tanda *keyword*.

## 2.7 News Value

Setiap produk jurnalistik yang dihasilkan oleh para jurnalis, harus merujuk pada nilai-nilai berita yang menentukan seberapa menarik atau pentingnya berita tersebut jika dikonsumsi untuk publik. Ada beberapa 10 kriteria umum yang digunakan untuk nilai berita menurut Menchers dalam (Jenks, 2020) yaitu,

- a. Kedekatan (*Proximity*): Berita yang terjadi dekat dengan lokasi atau lingkungan tempat penerbitan akan lebih menarik bagi pembaca.
- b. Aktual (*timeliness*): Unsur aktual dalam berita bisa diartikan sedang terjadi atau baru terjadi. Waktu menjadi poin utama akan aktualitas.
- c. Konflik (*conflict*): Berita yang mengenai konflik atau pertentangan dalam masyarakat atau antara individu-individu akan lebih menarik bagi pembaca.
- d. Ketertarikan manusia (*human interest*): Berita yang menyangkut dengan kemanusiaan akan memiliki nilai sosial yang tinggi
- e. Keterlibatan (*involvement*): Berita yang melibatkan pembaca atau audiensnya secara langsung akan lebih menarik perhatiannya.
- f. Relevansi (*relevance*): Berita harus relevan dengan kepentingan dan kebutuhan bagi para pembaca.
- g. Kejadian Sensasional (*sensationalism*): Berita yang memiliki unsur sensasional atau kontroversial dapat menjadi daya tarik bagi pembaca, meskipun kriteria ini perlu diterapkan dengan hati-hati.
- h. Unik (*unique*): Berita yang unik atau kejadian yang diluar nalar akan lebih menarik perhatian pembaca.
- i. Kejadian yang Menghibur (*entertainment*): Berita yang menghibur dapat menarik perhatian pembaca, terutama dalam bentuk features atau berita ringan.
- j. Kejadian Baru (*newsness*): Berita harus mengenai suatu kejadian baru yang terjadi, bukan sekadar ulang dari kejadian sebelumnya

## 2.9 Manajemen Portal Berita

Aktivitas manajemen umumnya sering digunakan dalam hal perencanaan dan koordinasi. Salah satunya terdapat pada tim redaksi, yang diarahkan untuk mencapai tujuan bersama dengan efektif dan efisien dalam menjalankan aktivitas jurnalistik. Secara umum, manajemen memiliki arti mengatur yang berasal dari kata '*to manage*', pada prosesnya akan terdapat masalah, sehingga timbul pertanyaan tentang apa yang diatur, siapa yang mengatur, mengapa harus diatur dan apa tujuan mengatur. Menganalisa, serta menetapkan tujuan, tugas dan kewajiban secara baik, efektif dan efisien dapat diperoleh apabila adanya implementasi aktivitas manajemen. Proses mengarahkan dan menggerakkan dari segi sumber daya manusia dan sumber daya lainnya, seperti pada material, uang, metode dan pasar untuk mencapai tujuan organisasi. Dalam bukunya *Principles Of Management* terdapat empat fungsi dasar Manajemen yaitu: *Planning, Organizing, Actuating dan Controlling* (Terry, 1958).

Penggunaan fungsi dasar manajemen, juga diimplementasikan pada bidang *public relations*, menurut Cutlip dan Centre (2015), terdapat empat tahapan pokok dalam kehumasan yaitu: *Fact finding, Planning, Communication, dan Evaluating*. Perbedaan keduanya terletak dalam tahapan *fact finding/ research*, didalamnya terdapat proses pengumpulan informasi dalam memahami situasi maupun kondisi secara sistematis. Pada tahapan fact finding menjadi point penting karena dapat mendukung pengambilan keputusan pada tahap selanjutnya yaitu *planning*. Dari pemaparan diatas definisi manajemen sebagai berikut:

1. Manajemen merupakan proses terkoordinasi dan kooperatif dengan memanfaatkan sumber daya manusia dan sarana lainnya.
2. Manajemen sebagai proses atau alat untuk mencapai sasaran dengan efektif dan efisien.
3. Dalam hal manajemen, pimpinan menjadi faktor dominan.
4. Manajemen meliputi adanya pembagian kerja, tugas dan tanggung jawab yang teratur.
5. Manajemen menggunakan sistem kerjasama yang kooperatif dan rasional.

### 2.9.1 Manajemen Redaksi



Di era teknologi sekarang ini, bidang *jurnalisme* online dituntut mampu beradaptasi dengan cepat, oleh karenanya, dalam *journalism* online, fungsi manajemen redaksi mengambil peran penting. Diantaranya dalam mengelola program portal berita, dimulai dengan perencanaan, pengorganisasian, penyusunan tim redaksi dilanjut dengan pengarahan dan pengawasan yang terkendali. Proses tersebut menjamin berfungsinya proses manajerial, hingga penyelesaian yaitu memastikan berita yang diunggah akurat dan sesuai kebutuhan masyarakat akan informasi.

Pada prakteknya, manajemen redaksi yang dilakukan merupakan penerapan sebuah fungsi manajemen di bidang jurnalistik dengan melakukan tahapan *research*, perencanaan, pengorganisasian, penggerakan, pengawasan dan Evaluasi. Hal tersebut berhubungan dengan cara peliputan, penulisan, hingga tahap akhir yaitu editing (naskah maupun tampilan). Penerapan fungsi–fungsi Manajemen Redaksi pada portal berita, diantaranya:

1. *Fact Finding* (Penemuan Fakta): Tahap ini merupakan proses mencari fakta/data yang relevan dengan melakukan suatu kegiatan/ tindakan. Pencarian fakta dan data tersebut dilakukan agar dapat menjadi acuan dalam menetapkan kebijakan pada tahapan *planning*. Hasil dari tahapan *research*, dapat menjawab apa yang sedang diperlukan oleh audience, bagaimana keadaan dari beragam prespektif audience, maupun bagaimana pandangan audience mengenai sebuah portal berita online. Kegiatan atau Tindakan yang dilakukan diantaranya seperti, wawancara, survey dan riset analisis.
2. *Planning* (Perencanaan): Merupakan langkah setelah *research* dalam aktivitas pembuatan portal berita, seperti kegiatan menerima dan menganalisis fakta/ data untuk penyusunan rencana, layaknya visi-misi, strategi, maupun penetapan tujuan dan aturan. Adanya koordinasi dalam perencanaan juga menjadi point penting, karna dalam tahapan pelaksanaan pembuatan website seluruh penugasan cenderung kompleks berkaitan antar tugas satu dengan lainnya.

3. *Organizing* (Pengorganisasian): Kegiatan pembagian tugas, pengelompokan pegawai, dan lain lain (Djuroto, 2004). Adapun menurut Prakarsa (2012), *organizing* meliputi fungsi koordinasi pimpinan dalam membagi struktur organisasi, adanya hirarki kepemimpinan, pembagian tugas dan pengelompokan kerja, termasuk pengaturan sumber daya yang dimiliki untuk menjalankan fungsi *planning* sebelumnya.
4. *Actuating* (Penggerakan): Tahap ini, berupa pengarahan kepada tim redaksi seperti, pemberian petunjuk ataupun gambaran mengenai kegiatan-kegiatan apa saja yang harus dilakukan. Fungsi ini lebih pada pengarahan kontribusi untuk bekerjasama, sehingga manajer harus memiliki bahan untuk memotivasi tim, agar sukarela melakukan kegiatan yang sudah terancang. Dalam hal ini melakukan pengumpulan bahan/materi pemberitaan yang telah ditentukan sebelumnya melalui beberapa metode, menjadi salah satu bentuk arahan yang dilakukan tim redaksi. Apabila sebagai jurnalis/reporter, seperti mencari berita, narasumber hingga menghasilkan tulisan atau berita.
5. *Controlling* (Pengawasan): Tahap pemantauan yang dilakukan agar semua pekerjaan berjalan sesuai dengan apa yang telah direncanakan dan menjamin standapt pencapaian tujuan. Pada proses ini, terdapat beberapa tindakan yang dapat dilakukan dilakukan dalam pengawasan, seperti menetapkan standar dalam pengukuran kinerja terlebih dahulu, proses pengukuran kinerja mempertimbangkan hingga pengambilan tindakan perbaikan.
6. *Evaluation* (*Evaluasi*): Merupakan tindakan mengevaluasi kegiatan yang sudah dilakukan/hasil dengan bertolak ukur pada perencanaan, mulai dari bagaimana pelaksanaan, pencapaian dan hasil yang diperoleh. Tak hanya itu, evaluasi juga merupakan tahapan mengetahui pengaruh maupun dampak bagi para audience/Masyarakat.

Dapat ditarik kesimpulan bahwa manajemen redaksi merupakan kegiatan pada ruang redaksi atau *newsroom* mulai dari *Research*, *Planning* berita dan konten, penyiapan sumber daya, pelaksanaan produksi, *workflow*, konten atau berita yang dihasilkan hingga terdapat aktivitas *controlling* dan evaluasi.

## 2.9.2 Peran Pemimpin Redaksi

Adanya aktivitas jurnalistik pastinya tidak terlepas dari sebuah susunan redaksi. Dalam tim redaksi, terdapat salah satu peran yaitu Pemimpin Redaksi, sebutan bagi pemimpin dalam tim yang menjalankan kegiatan jurnalistik. Pemimpin Redaksi memiliki kedudukan tertinggi dalam jajaran redaksi, hal tersebut karena jalannya sebuah media merupakan tanggung jawab dari seorang Pemimpin Redaksi. Menerapkan kebijakan, mengawasi seluruh aktivitas redaksional dari mulai kebijakan dan aturan yang dibuat, agar dijalankan oleh tim redaksi lainnya, Pemimpin Redaksi juga bertanggung jawab penuh apabila ada pemberitaan dalam mediana digugat oleh media lain (Saragih, 2018). Perannya dalam portal berita mulai dari perencanaan strategi, pembentukan tim redaksi, memberi kebijakan dan keputusan, pengarahan kepada tim redaksi agar berjalan sesuai tugas yang sudah dibagi hingga menentukan layak nya sebuah naskah atau karya berita yang dihasilkan untuk dipublikasi.

## 2.3.3 Brand Journalism

*Brand journalisme* merupakan cara memperkenalkan dan mempromosikan produk dengan menceritakan suatu fenomena mengenai brand terkait pada perusahaan atau media. Menurut Light (2014), *brand journalism* merupakan konten yang sangat berguna karena konten digunakan untuk mengkomunikasikan dari *brand* ataupun perusahaan secara berkelanjutan, menarik, koheren, fleksibel serta relevan.

Dalam menjalin hubungan baik dengan membuat konten berupa informasi yang bermanfaat dan mengandung nilai jurnalistik merupakan tujuan dari *brand journalisme*. Tentu didalamnya mengandung nilai-nilai keterampilan jurnalistik berupa kebaruan, akibat, aktual, kedekatan, informatif, konflik, dan *human interest*. Nilai-nilai yang terkandung, memiliki sifat berkelanjutan dan menarik apabila dibaca kapanpun dan dimanapun, tak heran apabila konten yang dibangun mengangkat isu yang fleksibel maupun yang terjadi dilingkungan masyarakat. Proses membangun *brand journalisme* membutuhkan ide kreatif yang sesuai dengan skenario, *storytelling*, dan mengandung unsur *softselling*. Hal tersebut,

dapat meningkatkan kepercayaan masyarakat kepada media maupun perusahaan terhadap brand terkait. Dalam melakukan *brand journalism*, mitra kerja atau brand dapat bekerjasama dengan memanfaatkan pemilik website dalam mengkomunikasikan kinerjanya secara positif kepada masyarakat.

Nilai berita menjadi suatu bagian yang penting dalam produk jurnalistik yang dihasilkan. Oleh karenanya, seorang jurnalis dituntut memahami betul nilai berita yang ditulis, karena menjadi salah satu unsur penguat berita agar lebih layak dipublikasikan. Hingga saat ini penulis, pada saat menghasilkan berita berpedoman pada news *value proximity* atau kedekatan, *entertainment* dan aktual/ *timeliness*.

