**BAB II**

**TINJAUAN PUSTAKA**

**2.1. Definisi Jurnalistik**

Secara etimologis, Jurnalistik berasal dari kata Journ. Dalam bahaa perancis, journ berarti catatan atau laporan harian. Secara sederhana jurnalistik diartikan sebagai kegiatan berhubungan dengan pencatatan atau laporan setiap hari. Menurut Ensiklopedi Indonesia, Jurnalistik adalah bidang profesi yang mengusahakan penyajian informasi tentang kajian dan kehidupan sehari-hari secara berkala, dengan menggunakan sarana-sarana penerbitan yang ada.

 Dalam kamus bahasa inggris journal diartikan sebagai majalah, surat kabar, diary (buku catatan harian), sedangkan journalistic diartikan kewartawanan (warta=berita,kabar). Maka dalam hal ini, jurnalistik mempunyai pengertian yaitu catatan atau laporan wartawan yang diberikan kepada khalayak banyak.

 Menurut **Djen Amar** yang dikutip oleh **Sumadiria** dalam bukunya **Jurnalistik Indonesia** mempunyai pengertian jurnalistik sebagai berikut : **Jurnalistik adalah kegiatan mengumpulkan, mengolah, dan menyebarkan berita kepada khalayak seluas-luasnya dengan secepat-secepatnya (2005:3)**

 Sedangkan menurut **Effendy** dalam bukunya **Ilmu Komunikasi, teory dan praktek** yang mendefinisikan bahwa : **Jurnalistik adalah suatu pengelolaan pelaporan harian yang menarik minat khalayak mulai dari peliputan sampai penyebaran kepada masyarakat.(2005:151)**

 Maksud dari paparan di atas menunjukan bahwa jurnalistik membuat pengolahan data yang diawali dengan meliput, membuat, dan tahap akhir menyebarluaskan kepada khalayak dengan cara menarik minat masyarakat guna memenuhi kebutuhan informasi melalui proses peliputan sampai dengan penyebaran informasinya pada masyarakat luas.

Secara sederhana jurnalistik merupakan teknik mengelola berita, merupakan fakta dan peristiwa yang menarik perhatian khalayak. Fakta dan data tersebut menjadi bahan dasar pengelolaan berita tersebut. Teknik ini membantu insan media massa dalam melaksanakan tugasnya sebagai jurnalistik.

 Definisi jurnalistik menurut para ahli diantaranya, **Ronald E. Wolseley dalam Understanding Magazines, 1969:3,** menyebutkan :

**Jurnalistik adalah pengumpulan, penulian, penafsiran, pemprosean, dan penyebaran informasi secara umum, pendapat pemerhati, hiburan umum secara sistematik dan dapat dipercaya untuk diterbitkan pada surat kabar, majalah, dan disiarkan di stasiun siaran (Marppatoto, 1993:69-70, yang dikutip oleh Haris, 2008:3).**

Secara umum jurnalistik dapat diartikan sebagai teknik mengolah berita, mulai dari mencari berita sampai dengan menyebarkannya kepada khalayak yang membutuhkan. Segala sesuatu yang dianggap menarik dan penting untuk khalayak, bisa dijadikan bahan berita untuk disebarluaskan kepada masyarakat, dengan menggunakan sebuah media. **Romli** dalam bukunya **“Broadcast Journalism”** mengatakan secara konseptual, jurnalistik dapat dipahami dari tiga pandang, yaitu :

* 1. **Sebagai proses, jurnalistik “aktivitas” mencari. Mengolah, menulis,**

 **dan menyebarluaskan informasi kepada public melalui media massa. Aktivitas ini dilakukan oleh wartawan (jurnalis).**

* 1. **Sebahai teknik, jurnalistik adalah “Keahlian” atau “keterampilan”. Menulis karya urnalistik merupakan sebuah keahlian dalam pengumpulan bahan penulisan, seperti peliputan peristiwa (reportase) dan wawancara. Karya jurnalistik adalah berita (news), opini (views), dan karangan bebas (feture).**
	2. **Sebagai ilmu, jurnalistik termasuk dalam ilmu komunikasi, yakni ilmu yang mempelaari proses penyampaian pesan, gagasan, pemilkiran, atau informasi kepada orang lain dengan maksud memberitahu, mempengaruhi, atau memberikan kejelasan. (2004:17)**

Jurnalistik merupakan sebuah proses dalam mencari, mengolah, dan menyebarluaskan. Melihat kebutuhan manusia akan informasi, maka jurnalistik menjadi pokok dalam sehari-hari, atas dasar itu jurnalistik telah menjadi sebuah ilmu, bukan hanya menjadi profesi saja.

Jurnalistik dapat diartikan sebagai ilmu, proses, dan karya dalam kegiatan jurnalistik. Seperti apa yang dikemukakan oleh **Wahyudi** dalam bukunya **Dasar-dasar Jurnalistik Radio dan Televisi**, ada pengertian yang dapat membedakan antara ilmu, proses, dan karya dalam kegiatan jurnalistik yaitu sebagai berikut :

* 1. **Ilmu Jurnalistik adalah salah satu ilmu terapan (applied science) dari ilmu komunikasi, yang mempelajari keterampilan seseorang dalam mencari, mengumpulkan, menyeleksi dan mengolah informasi yang mengandung nilai berita menjadi karya jurnalistik serta menyajikan berita kepada khalayak melalui media massa, baik cetak maupun elektronik.**
	2. **Proses Jurnalistik adalah setiap kegiatan mencari. Mengumpulkan, menyeleksi, dan mengolah informasi yang mengandung nilai berita, serta menyajikan kepada khalayak melalui media massa, baik cetak maupun elektronik.**
	3. **Karya Jurnalistik adalah uraian fakta atau pendapat yang mengandung nilai berita, dan penjelasan masalah hangat yang sudah disajikan kepada khalayak melalui media massa, baik cetak maupun elektronok. (1994:1)**

 Definisi diatas dapat diketahui bahwa ilmu, proses dan karya jurnalistik

pengertiannya hampir sama, tetapi maknanya beda. Jurnalistik merupakan salah

satu kegiatan-kegiatan pokok yang dilakukan oleh wartawan dalam upaya

menyampaikan informasi sebagai usaha untuk memenuhi kebutuhan manusia

akan informasi. Rangkaian tentang jurnalistik tersebut dapat memberikan

kesimpulan, media jurnalistik memainkan perannya dalam menyebarluaskan

berita secara cepat, akurat dan tanpa batas.

 Sebagai ilmu, jurnalistik termasuk dalam bidang kajian ilmu komunikasi,

yakni ilmu yang mengkaji proses penyampaian pesan, gagasan, pemikiran, atau

informasi orang lain dengan maksud memberitau, mempengaruhi, atau

memberikan penjelasan.

 Jurnalistik atau jurnalisme, **Luwi Ishwara (2005:20)**, mempunyai ciri-ciri

yang penting untuk kita perhatikan yaitu :

* 1. **Skeptis adalah sikap untuk selalu mempertanyakan segala sesuatu, meragukan apa yang diterima, dan mewaspadai segala kepastian agar tidak mudah tertipu. Inti dari skiptis adalah keraguan, media janganlah puas dengan permukaan sebuah peristiwa erta enggan untuk mengigatkan kekurangan yang ada di dalam masyarakat. Wartawan haruslah terjun kelapangan, berjuang, serta menggali hal-hal yang ekslusif.**
	2. **Berindan (action) adalah wartawa tidak menunggu peristiwa itu muncul, tetapi ia akan mencari dan mengamati dengan ketajaman naluri seorang wartawan.**
	3. **Berubah merupakan hukum utama urnalisme. Media bukan lagi sebagai penyalur informasi, tapi fasilitator, penyarin, dan pemberi makna dari sebuah informasi.**
	4. **Seni dan profesi adalah wartawan melihat dengan mata yang segar pada setiap peristiwa untuk menangkap aspek-aspek yang unik.**
	5. **Peran per adalah sevagai pelapor, bertindak sebagai mata dan telinga public, melaporkan peristiwa-peristiwa diluar pengetahuan masyarakat dengan netral dan tanpa prasangka. Selain itu pers juga harus berperan sebagai interpreter, wakil public, pesan juga, dan pembuat kebijaksanaan serta advokasi.**

 Berdasarkan pemaparan diatas bahwa pesatnya kemajuan media informasi dewasa ini cukup memberikan kemajuan yang signitifikan. Media cerak maupun elektronik pun saling bersaing kecepatannya sehingga tidak ada sinyal bila si pemburu berita dituntut kreativitasnya dalam penyampaian informasi. Penguasaan dasar-dasar pengetahuan jurnalistik merupakan modal yang amat penting manakala kita terjun kedunia ini. Keberadaan media juga mempunyai tanggung jawab yang berat dalam menyampaikan fakta-fakta untuk selalu bertindak objektif dalam setiap penerbitannya.

**2.2. Bentuk – Bentuk Jurnalistik**

 Bentuk-bentuk jurnalistik dilihat dari segi pengolahannya, menurut

**Sumadiria** dalam bukunya **Jurnalistik Indonesia** adalah sebagai berikut:

1. **Jurnalistik media cetak dilihat. Yaitu dipengaruhi oleh dua factor, yakni factor verbal dan visual. Verbal, sangat menekankan pada kemampuan kita memilih dan menyusun kata dalam rangkaian kalimat dan paragraph yang efektif dan komunikatif.**
2. **Jurnalistik media elektronik auditif atau jurnalistik radio siaran. Lebih banyak mempengaruhi oleh dimensi verbal, teknologikal menyusun kata, kalimat dan paragraph secara efektif dan komunikatif.**
3. **Jurnalistik media elektronik audivisual. Jurnalistik televise siaran, merupakan gabungan dari segi verbal, visual dan teknologikal dan dimensi dramatikal.(2008:5)**

 Jurnalistik media elektronik meliputi media online. Setiap bentuk jurnalistik memiliki ciri dan kekhasan masing-masing. Ciri dan kekhasannya antara lain terletak pada aspek filsofi penayangan, dinamika teknis persiapan dan pengolahan, serta asumsi dampak yang ditimbulkan teradap khalayak pembaca. Sehingga pembaca dapat berkomentar.

**2.3. Produk Jurnalistik**

 Produk Jurnalistik adalah surat kabar, tabloid, majalah, bulletin atau berkala lainnya seperti radio, televise, dan media online internet. Namun tidak semua surat kabar, tabloid, majalah, dan bulletin diebut produk jurnalistik. Surat kabar, tabloid, majalah, dan bulletin dapat digolongkan ke dalam tiga kelompok besar, berita (news), opini (oview), dan iklan (advertising). Dari tiga kelompok besar tersebut, hanya berita dan opini saja yang disebut produk jurnalistik. Iklan bukanlah produk jurnalistik walaupun teknik yang digunakannya merunjuk pada teknik jurnalistik.

 Kelompok berita, meliputi antara lain berita langsung (straight news), berita menyeluruh (comprehensive news), berita mendalam (deps news), pelaporan mendalam (deph reporting), berita penyelidikan (investigative news), berita khas bercerita (feature news), berita gambar (photo news).

 Kelompok opini, meliputi tanjuk rencana, karikatur, pojok, artikel, kolom, esai, dan surat pembaca. Sedangkan kelompok iklan, mencakup berbagai jenis dan sifat iklan, mulai dari iklan produk barang dan jasa, iklan keluarga seperti iklan dukacita, sampai pada iklan layanan masyarakat. Untuk memisahkan secara tegas antara berita dan opini, maka tajuk rencana, karikatur, pojok, artikel, kolom, dan surat pembaca ditempatkan dalam satu halaman khusus. Inilah disebut halaman opini.

 Pemisahan secara tegas berita dan opini tersebut merupakan kosekuensi dari norma dan etika luruh jurnalistik yang tidak menghendaki berita sebagai fakta objektif, diwarnai atau dibaurkan dengan opini sebagai pandangan yang sifatnya subjektif.

 Agar lebih jelas berikut rincian enam produk jurnalistik yang dijelaskan oleh **Sumadiria** dalam bukunya **Jurnalistik Indonesia** adalah :

* 1. **Tajuk Rencana**

 **Tajuk rencana atau editorial adalah opini berisi pendapat dan sikap resmi suatu media sebagai institusi penerbitan terhadap persoalan actual, fenomenal, dan kontroversial yang berkembang dalam masyarakat. Karakter dan kepribadian pers terdapat sekaligus tercemin dalam tajuk rencana.**

* 1. **Karikatural**

 **Secara teknis jurnalistik, karikatur diartikan sebagai opini redaksi media dalam bentuk gambar yang sarat dengan muatan kritik social dengan memasukan unsur kelucuan, atau humor agar siapa pun yang melihatnya bisa tersenyum, termasuk tokoh atau objek yang dikarikaturkan itu sendiri.**

* 1. **Pojok**

 **Pojok adalah kutipan pernyataan singkat narasumber atau peristiwa tentunya yang dianggap menarik atau kontroversial, untuk kemudian dikomentari oleh banyak pihak redaksi dengan kalimat atau kata-kata yang mengusik, menggelitik, dan adakalanya reflektif.**

* 1. **Artikel**

 **Artikel adalah tulisan lepas berisi opini seseorang yang mengupas tuntas suatu masalah tertentu yang sifatnya actual dan kontroversial dengan tujuan untuk memberitahu (informatif), mempengaruhi dan meyakinkan (persuasive argumentative), atau menghibur khalayak pembaca (rekreatif).**

* 1. **Kolom**

 **Kolom adalah opini singkat seseorang yang lebih banyak menekankan aspek pengamatan dan pemaknaan terhadap sesuatu persoalan atau keadaan yang terdapat di masyarakat.**

* 1. **Surat Pembaca**

 **Surat pembaca adalah opini singkat yang ditulis oleh pembaca dan dimuat dalam rubik khusus surat pembaca. (2014:6-17)**

Produk jurnalistik harus memenuhi kaidah jurnalistik dan memegang teguh kode etik jurnalistik agar tidak terjadi penyimpangan dalam pembuatannya karena bisa menimbulkan kerugian bagi banyak pihak. Produk jurnalistik bukan semata-mata karya yang tanpa makna namun harus bener-bener diperhatikan dari segi kualitasnya, tidak sembarangan orang mampu membuatnya, hanya orang-orang yang beratensi pada kode etilah yang bisa membuat karya-karya jurnalistik yang berkualitas.

**2.4 Media Elektronik Memunculkan Jurnalistik Online**

**2.4.1. Jurnalistik Online**

Jurnalisme online adalah proses penyampaian informasi atau pesan yang

menggunakan internet sebagai medianya sehingga mempermudah jurnalis dalam

melakukan tugasnya. Selama ini sadar atau tidak kita hanya memahami online

dalam artian ditampilkan di sebuah situs web. Padahal 'online' mencakup berbagai

tempat perkara (venue): web, email, bulletin board system (BBS), IRC, dan

lainnya. Tapi tentu bukan tanpa alasan bahwa kebanyakan jurnalisme online saat

ini diselenggarakan di web.Dari beberapa pengertian tentang Jurnalistik Online

dapat disimpulkan bahwa :

1. **Jurnalistik Online adalah tipe jurnalistik yang dipraktikkan melalui media internet.**
2. **Pengumpulan fakta, cerita, dan laporan yang diproduksi dan didistibusikan melalui internet.**
3. **Jurnalistik Online adalah proses pengumpulan, penulisan, penyuntingan, dan penyebarluasan berita secara online di internet.**

 Jurnalistik Online (Online Journalism) adalah pelaporan fakta yang

diproduksi dan disebarkan melalui internet. "Online journalism is defined as the

reporting of facts when produced and distributed via the Internet"

Dulu, jurnalistik "hanya" berlaku di suratkabar (koran), majalah, radio, televisi,

dan film --lima media komunikasi massa yang dikenal dengan sebutan "The Big

Five of Mass Media" (Lima Besar Media Massa). Kini, jurnalistik juga berlaku di

internet atau media online sehingga melahirkan "ilmu baru" bernama jurnalistik

online (online journalism ). Jurnalistik Online bahkan sudah “beranak” dengan

melahirkan “cabang” berupa:

1. **Jurnalisme blog (Blog journalism)**
2. **Jurnalistik mobil (Mobile journalism)**
3. **Jurnalisme twitter (Twitter journalism)**
4. **Jurnalistik Online juga menumbuhkembangkan**

 **konsep**

1. **Jurnalisme Warga (Citizen Journalism) yang diperkokoh dengan perkembangan media sosial (social media) seperti Facebook, Twitter, dan Youtube.**

 Jurnalistik Online bahkan cepat berkembang dengan memunculkan

"jurnalistik  baru" yang masih dalam lingkup jurnalistik online: mobile

journalism (jurnalistik mobil), yaitu aktivitas jurnalistik melalui [mobile device](http://en.wikipedia.org/wiki/Mobile_device)

mobile phone, smarphone, tablet computer, dsb. Mobile Journalism  Kian

mempercepat proses penulisan dan penyebarluasan berita di media online.

Wartawan bisa melaporkan peristiwa (menulis berita) kapan dan di mana saja,

bahkan saat sebuah peristiwa sedang berlangsung.

 Jurnalistik Online juga memperkuat atau menumbuhkembangkan jurnalisme

warga (citizen journalism) dengan memanfaatkan blog atau media sosial (social

media). Kini, setiap orang bisa menjadi wartawan, dalam pengertian meliput

peristiwa dan melaporkannya melalui internet.

 Perbedaan Jurnalistik Online dan Jurnalistik Tradisional/Konvensional

Dalam hal teknik reportase -wawancara, riset data, observasi, tidak ada perbedaan antara jurnalistik online dan jurnalistik konvensional (cetak dan elektronik).

 Pembeda utamanya adalah format dan gaya penulisan (online writing style)

menyangkut aspek keterbacaan (readability  ) dan keterpindaian (scannability)

mengingat berita online dikonsumsi pembaca memalui "layar" (screen ) komputer.

Format dan gaya penulisan karya jurnalistik online pun berbeda dengan  jurnalistik konvensional, disesuaikan dengan cara pembaca media online.

 Online journalism atau lebih dikenal dengan nama jurnalisme online lahir

pada tanggal 19 Januari 1998, ketika Mark Drugde membeberkan cerita

perselingkuhan Presiden Amerika Serikat Bill Clinton dengan Monica Lewinsky

atau yang sering disebut monicagate. Ketika itu, Drugde berbekal sebuah laptop

dan modem, menyiarkan berita tentang monicagate melalui internet. Semua orang

yang mengakses internet segera mengetahui rincian cerita monicagate. Itulah awal

mula munculnya jurnalisme online. Kasus itu juga mirip ketika menjelang

keruntuhan pemerintahan Orde Baru Soeharto, 1998. Saat itu, semua media dalam

cengkeraman dan pengawasan ketat pemerintahan Orde Baru. Ketatnya

pengawasan itu mengakibatkan munculnya media alternatif melalui internet. Saat itu semua berita mengenai kebobrokan Orde Baru disebarkan melalui media online. Jurnalisme dalam KBBI disebut sebagai pekerjaan mengumpulkan, menulis, mengedit, dan melaporkan berita kepada khalayak. Dalam perkembangannya, media penyampaian berita kepada pembaca tidak hanya terbatas pada surat kabar. Tetapi seiring perkembangan teknologi, kini arah perkembangan media menuju persaingan media online. Media online bisa menampung berita teks, image, audio dan video. Berbeda dengan media cetak, yang hanya menampilkan teks dan image. Online sendiri merupakan bahasa internet yang berarti informasi dapat diakses di mana saja dan kapan saja selama ada jaringan internet. Jurnalisme online ini merupakan perubahan baru dalam ilmu

jurnalistik. Laporan jurnalistik dengan menggunakan teknologi internet, disebut dengan media online, yang menyajikan informasi dengan cepat dan mudah diakses di mana saja. Dengan kata lain, berita saat ini bisa di baca saat ini juga, di belahan bumi mana saja. Menurut **Satrio Arismunandar (2006)**, orang yang memproduksi content terutama untuk Internet, dan khususnya untuk World Wide Web, dapat dianggap bekerja untuk salah satu atau lebih dari empat jenis Jurnalisme Online yang tersebut di bawah ini.

 Berbagai jenis jurnalisme online itu dapat ditempatkan di antara dua domain. Domain pertama,adalah suatu rentangan, mulai dari situs yang berkonsentrasi pada editorial content sampai ke situs-situs Web yang berbasis pada konektivitas publik (public connectivity). Editorial content diartikan di sini sebagai teks (termasuk kata-kata yang tertulis atau terucapkan, gambar-gambar yang diam atau bergerak), yang dibuat atau diedit oleh jurnalis. Sedangkan konektivitas publik dapat dipandang sebagai komunikasi ”titik-ke-titik yang standar” (standard point-to-point). Atau, bisa juga kita nyatakan sebagai komunikasi ”publik” tanpa perantaraan atau hambatan (barrier of entry), misalnya, hambatan dalam bentuk proses penyuntingan (editing) atau moderasi (moderation). Domain kedua, melihat pada tingkatan komunikasi partisipatoris, yang ditawarkan oleh situs berita bersangkutan. Sebuah situs dapat dianggap terbuka (open), jika ia memungkinkan pengguna untuk berbagi komentar, memposting, mem-file (misalnya: content dari situs tersebut) tanpa moderasi atau intervensi penyaringan. Sedangkan komunikasi partisipatoris tertutup (closed) dapat dirumuskan sebagai situs di mana pengguna mungkin berpartisipasi. Namun langkah komunikatif mereka harus melalui kontrol editorial yang diketahui.

**2.4.2. Bentuk – Bentuk Jurnalistik Online**

 Jenis Jurnalistik media online terdiri dari

**1. Mainstream News sites**

 **Bentuk media berita online yang paling tersebar luas adalah situs mainstream news. Situs ini menawarkan pilihan editorial content, baik yang disediakan oleh media induk yang terhubung (linked) dengannya atau memang sengaja diproduksi untuk versi Web. Tingkat komunikasi partisipatorisnya adalah cenderung tertutup atau minimal. Contoh: situs CNN, BBC, MSNBC, serta berbagai suratkabar online. Situs berita semacam ini pada dasarnya tak punya perbedaan mendasar dengan jurnalisme yang diterapkan di media cetak atau siaran, dalam hal penyampaian berita, nilai-nilai berita, dan hubungan dengan audiences. Di Indonesia, yang sepadan dengan ini adalah detik.com, Astaga.com, atau Kompas Cyber Media.**

**2. Index & Category sites**

 **Jenis jurnalisme ini sering dikaitkan dengan mesin pencari (search engines) tertentu (seperti Altavista atau Yahoo), perusahaan riset pemasaran (seperti Moreover) atau agensi (Newsindex), dan kadangkadang bahkan individu yang melakukan usaha (Paperboy). Di sini, jurnalis online menawarkan links yang mendalam ke situs-situs berita yang ada di manapun di World Wide Web. Links tersebut kadang-kadang dikategorisasi dan bahkan diberi catatan oleh tim editorial. Situs-situs semacam ini umumnya tidak menawarkan banyak editorial content yang diproduksi sendiri, namun terkadang menawarkan ruang untuk chatting atau bertukar berita, tips dan links untuk publik umum.**

**3. Meta & Comment sites**

 **Ini adalah situs tentang media berita dan isu-isu media secara umum. Kadang-kadang dimaksudkan sebagai pengawas media (misalnya: Mediachannel, Freedomforum, Poynter’s Medianews). Kadangkadang juga dimaksudkan sebagai situs kategori dan indeks yang diperluas (seperti: European Journalism Center Medianews, Europemedia). Editorial content-nya sering diproduksi oleh berbagai jurnalis dan pada dasarnya mendiskusikan content lain, yang ditemukan di manapun di Internet. Content semacam itu didiskusikan dalam kerangka proses produksi media. ”Jurnalisme tentang jurnalisme” atau meta-journalism semacam ini cukup menjamur.**

**4. Share & Discussion sites**

 **Ini merupakan situs-situs yang mengeksploitasi tuntutan publik bagi konektivitas, dengan menyediakan sebuah platform untuk mendiskusikan content yang ada di manapun di Internet. Dan kesuksesan Internet pada dasarnya memang disebabkan karena publik ingin berkoneksi atau berhubungan dengan orang lain, dalam tingkatan global yang tanpa batas. Situs semacam ini bisa dibilang memanfaatkan potensi Internet, sebagai sarana untuk bertukar ide, cerita, dan sebagainya. Kadang-kadang dipilih suatu tema spesifik, seperti: aktivitas anti-globalisasi berskala dunia (situs Independent Media Centers, atau umumnya dikenal sebagai Indymedia), atau berita-berita tentang komputer (situs Slashdot).**

 Berdasarkan pemaparan diatas bahwa jenis jurnalistik media online sala satunya adalah surat kabar online yang lebih efektif untuk digunakan dijaman ini, karena pembaca lebih mudah mengakses informasi secara update serta dapat memberikan tampilan kolom komentar untuk memberikan tanggapan.

**2.4.3 Karakteristik Jurnalis Online**

**1. Real Time**

**Karakteristik jurnalisme online yang paling popular adalah sifatnya yang real time. Berita, kisah-kisah, peristiwa-peristiwa, bisa langsung dipublikasikan pada saat kejadian sedang berlangsung. Ini barangkali tidak terlalu baru untuk jenis media tradisional lain seperti TV, radio, telegraf, atau teletype.**

**2. Up to Date**

 **Namun dari sisi penerbit sendiri, mekanisme publikasi real time itu lebih leluasa tanpa dikerangkengi oleh periodisasi maupun jadwal penerbitan atau siaran: kapan saja dan dimana saja selama dia terhubung ke jaringan Internet maka ia mampu mempublikasikan berita, peristiwa, kisah-kisah saat itu juga. Inilah yang memungkinkan para pengguna atau pembaca untuk mendapatkan informasi mengenai perkembangan sebuah peristiwa dengan lebih sering dan terbaru.**

**3. Multimedia**

**Menyertakan unsur-unsur multimedia adalah karakteristik lain jurnalisme online, yang membuat jurnalisme ini mampu menyajikan bentuk dan isi publikasi yang lebih kaya ketimbang jurnalisme di media tradisional. Karakteristik ini, terutama sekali, berlangsung pada jurnalisme yang berjalan di atas web.**

**4. Interaktif**

**Selain itu, jurnalisme online dapat dengan mudah bersifat interaktif. Dengan memanfaatkan hyperlink yang terdapat pada web, karya-karya jurnalisme online dapat menyajikan informasi yang terhubung dengan sumber-sumber lain. Ini berarti, pengguna atau pembaca dapat menikmati informasi secara efisien dan efektif namun tetap terjaga dan didorong untuk mendapatkan pendalaman dan titik pandang yang lebih luas, bahkan sama sekali berbeda.**

Karakteristik yang dijabarkan diatas tentu tersusun agar terciptanya tujuan hakiki dari nilai yang mampu diberikan oleh media online itu sendiri dalam memenuhi kebutuhan informasi khalayak yang nantinya diharapkan dapat membangun intelektualitas secara personal, dipahami dengan utuh dan pada akhirnya memberikan kontribusi secara keeluruhan.

**2.4.4. Ciri-Ciri Jurnalistik Online**

 Jurnalisme Online itu tak lepas dari sifat-sifat online (internet itu sendiri) yang antara lain: periodisasi hilang, borderless, breaking news dan running news, kecepatan, sebaran luas, akurasi, 24 jam, interaktif. Untuk bisa mengeksplorasi atau memanfaatkan ciri-ciri tersebut di atas, maka diperlukan tulisan atau

berita dengan ciri-ciri sebagai berikut:

* 1. **Singkat**

 **Tulisan yang jelas umumnya bukan tulisan yang panjang lebar, melainkan justru ringkas dan terfokus. Ingat Ernest Hemingway? ''Less is more''. Tulisan yang ringkas memberikan kesan tangkas dan penuh vitalitas.**

* 1. **Langsung**

 **Tulislah ringkas menuju pengertian yang dimaksud. Pilih kata/kalimat yang spesifik untuk mewakili pengertian yang mengena (tanpa memberi peluang pada banyak interpretasi).**

* 1. **Terorganisir**

 **Mulailah sebuah tulisan yang teroganisir, yang secara kuat mampu memikat pembaca memasukinya. Jika mungkin, gunakan gaya bahasa yang naratif --gaya seorang pendongeng yang piawai --sebagai pendekatan dasar.**

* 1. **Spesifik:**

 **Bagian-bagian yang rumit, pecahlah dalam serpihan yang mudah dicerna. Gunakan contoh: seorang untuk mewakili kelompoknya. Dengan memberikan pengkhususan, seringkali juga menghadirkan suasana dramatis dan hidup.**

1. **Mudah Dicerna**

 **Jika menulis sebuah topik yang padat, gambarkan melalui ungkapan yang paralel yang mudah dipahami pembaca. Strategi militer misalnya dapat diterangkan melalui formasi pertandingan olahraga, rencana keuangan perusahaan dapat digambarkan melalui rencana anggaran keluarga.**

1. **Berita adalah Juga Cerita**

 **Sinisme terhadap cerita atau dongeng, kadang diartikan bahwa itu sekadar pengantar tidur, tak memiliki arti kebenaran. Hanya karangan. Namun, ada yang bisa diambil manfaat dari cerita, yakni cara menyampaikan itulah yang sebaiknya dimanfaatkan untuk menyajikan berita. Berita adalah cerita yang berdasar fakta.**

1. **Rekaman Mata**

 **Indera kita yang utama, mata, adalah sangat berharga untuk menangkap objek. Namun, objek yang bagaimana yang bisa diceritakan dan baik untuk orang lain, itulah masalahnya. Setiap fotografer tahu bahwa gambar yang tidak menyertakan unsur kehidupan seperti manusia hanya akan berakhir nasibnya di keranjang sampah. Begitu pula dengan tulisan. Sebab pembaca suka membaca tentang manusia lainnya.**

1. **Setting atau Tempat**

 **Pembaca menyukai ''sense of place''. Kita bisa membuat tulisan lebih hidup jika kita bisa menyusupkan ''sense of place''yang kuat. Misalnya Berita Pesawat Garuda Jatuh di Yogyakarta.**

1. **Menyentuh:**

 **Kita harus berupaya untuk menyentuh indera pembaca. Membuat mereka melihat cerita dengan detil visual yang kuat, dan juga - dalam kontek yang tepat - membuat mereka mendengar, meraba, merasakan, membaui dan seolah mengalami.**

1. **Warna dan Mood**

 **Kamera televisi dapat menampilkan pemandangan yang sesungguhnya, dalam warna dan detil. Penulis tidak dapat menyajikan pemandangan dengan mudah, sehingga mereka harus berusaha keras untuk melukis dalam pikiran pembaca. Dalam menggambarkan warna, berarti juga menceritakan tentang suasana (mood). Bahagia? Penuh emosi dan ketegangan? Ini bisa mempertajam perasaan terhadap cerita yang tulis.**

1. **Anekdot**

 **Anekdot sering dipandang sebagai ''permata'' dalam cerita. Penulis yang piawai akan menaburkan permata itu keseluruh bagian cerita, bukan mengonggokkannya di satu tempat.**

1. **Panjang-pendek**

 **Makin pendek cerita makin baik. Kisah akan lebih hidup jika awalnya berdekatan dengan akhir (klimaks), sedekat mungkin. Alinea dan kalimat bervariasi dalam panjang. Letakkan kalimat dan alinea pendek pada titik kejelasan terpekat atau tekanan terbesar.**

1. **Kutipan**

 **Kutian dalam tulisan berita memberikan otoritas. Siapa yang mengatakannya? Seberapa dekat keterlibatannya dengan sesuatu peristiwa dan masalah? Apakah kata-katanya patut didengar? Kutipan juga memberikan vitalitas karena membiarkan pembaca mendengar suara lain.**

 Ciri – ciri yang dijabarkan seorang jurnalis online harus mengetahui prosedur dalam memuat sebuah informasi agar bisa diterima oleh para pembaca. Artinya pembaca ketika mendapatkan informasi tersebut mudah dipahami. setelah itu perlu memenuhi kaidah jurnalistik dan memegang teguh pada kode etik jurnalistik..

**2.4.5. Keunggulan Jurnalis Online**

Keuntungan Jurnalisme Online dalam **buku Online Journalism: Principles and Practices of News for The Web (Holcomb Hathaway Publishers, 2005).**

1. **Audience Control.**

**Jurnalisme online memungkinkan audience untuk bisa lebih leluasa dalam memilih berita yang ingin didapatkannya.**

1. **Nonlienarity.**

**Jurnalisme online memungkinkan setiap berita yang disampaikan dapat berdiri sendiri sehingga audience tidak harus membaca secara berurutan untuk memahami.**

1. **Storage and retrieval.**

**Online jurnalisme memungkinkan berita tersimpan dan diakses kembali dengan mudah oleh audience.**

1. **Unlimited Space.**

**Jurnalisme online memungkinkan jumlah berita yang disampaikan / ditayangkan kepada audience dapat menjadi jauh lebih lengkap ketimbang media lainnya.**

1. **Immediacy.**

**Jurnalisme online memungkinkan informasi dapat disampaikan secara cepat dan langsung kepada audience.**

1. **Multimedia Capability.**

**Jurnalisme online memungkinkan bagi tim redaksi untuk menyertakan teks, suara, gambar, video dan komponen lainnya di dalam berita yang akan diterima oleh audience.**

1. **Interactivity.**

**Jurnalisme online memungkinkan adanya peningkatan partisipasi audience dalam setiap berita**

 Berdasarkan keunggulan jurnalis online. Jurnalisme online menjadi media yang bisa dikonsumsi secara massa dalam waktu yang bersamaan. Dengan cepatnya koneksi internet, maka jurnalisme dapat dinikmati dari berbagai tempat.

Jurnalisme online juga memungkinkan jumlah berita yang disampaikan atau ditayangkan kepada audiens dapat menjadi jauh lebih lengkap daripada media lainnya. Informasi yang dapat disampaikan melalui jurnalisme online dapat dilakukan secara cepat dan langsung kepada audiens, terlebih lagi jurnalisme online memungkinkan bagi tim redaksi untuk menyertakan teks, suara, gambar, video dan komponen lainnya di dalam berita yang akan diterima oleh audiens.

**2.5. Komunikasi Massa**

Pengertian Komunikasi Massa Secara etimologis istilah komunikasi berasal dari bahasa Latin “communicatio“. Istilah ini bersumber dari perkataan “communis” yang berarti sama. Sama yang dimaksud berarti sama makna dan arti. Jadi komunikasi terjadi apabila terdapat kesamaan makna mengenai suatu pesan yang disampaikan komunikator dan diterima oleh komunikan **(Effendy, 2004:30)** Menurut **Harold Lasswell (Mulyana, 2005:62)** cara yang terbaik untuk menggambarkan komunikasi adalah dengan menjawab pertanyaan-pertanyaan berikut : Who Says Shat In Wich Channel To Whom With What Effect ? (Siapa Mengatakan Apa Dengan Saluran Apa Kepada Siapa Dengan Efek Apa ?). Jawaban bagi pertanyaan paradigmatik **Lasswell** merupakan unsur-unsur proses komunikasi yang meliputi komunikator, pesan, media, komunikan, efek. Defenisi komunikasi massa yang paling sederhana dikemukakan oleh **Bittner** yakni “komunikasi massa adalah pesan yang dikomunikasikan melalui media massa pada sejumlah orang besar”. Sedangkan defenisi komunikasi massa yang lebih rinci dikemukakan oleh ahli komunikasi yakni **Gerbner** “kommunikasi massa adalah produksi dan distribusi yang berlandaskan teknologi dan lembaga dari arus pesan yang kontiniu serta paling luas dimiliki orang dalam masyarakat industri **(Ardianto, 2004:4).**

Komunikasi mempunyai efek tertentu menurut **Liliweri, (2004:39),** secara umum terdapat tiga efek komunikasi massa, yaitu: (a) efek kognitif, dimana pesan komunikasi massa mengakibatkan khalayak berubah dalam hal pengetahuan, pandangan, dan pendapat terhadap sesuatu yang diperolehnya. Efek ini berkaitan dengan transmisi pengetahuan, keterampilan, kepercayaan, atau informasi. (b) efek afektif, dimana pesan komunikasi massa mengakibatkan berubahnya perasaan tertentu dari khalayak. Orang dapat menjadi lebih marah dan berkurang rasa tidak senangnya terhadap suatu akibat membaca surat kabar, mendengarkan radio atau menonton televisi. Efek ini ada hubungannya dengan emosi, sikap, atau nilai. (c) efek konatif, dimana pesan komunikasi massa mengakibatkan orang mengambil keputusan untuk melakukan atau tidak melakukan sesuatu. Efek ini merujuk pada prilaku nyata yang dapat diminati, yang meliputi pola-pola tindakan, kegiatan, atau kebiasaan berprilaku.

**2.5.1. Karakteristik Komunikasi Massa**

Adapun karakteristik yang dimiliki oleh komunikasi massa antara lain adalah :

**1. Komunikator Terlembagakan.**

 **Sesuai dengan pendapat Wright, bahwa komunikasi massa itu melibatkan lembaga, dan komunikatornya bergerak dalam organisasi kompleks, maka proses pemberian pesan yang diberikan oleh komunikator harus bersifat sistematis dan terperinci.**

**2. Pesan Bersifat Umum.**

 **Pesan dapat berupa fakta, peristiwa ataupun opini. Namun tidak semua fakta atau peristiwa yang terjadi di sekeliling kita dapat dimuat dalam media massa. Pesan komunikasi massa yang dikemas dalam bentuk apapun harus memenuhi kriteria pengting atau menarik.**

**3. Komunikannya yang Anonim dan Heterogen.**

 **Komunikan yang dimiliki komunikasi massa adalah anonim ( tidak dikenal ) dan heterogen ( terdiri dari berbagai unsur )**

**4. Media Massa Menimbulkan Keserempakan.**

 **Keserempakan media massa itu adalah keserempakan kontak dengan sejumlah besar penduduk dalam jarak yang jauh dari komunikator, dan penduduk tersebut satu sama lainnya berada dalam keadaan terpisah.**

 **5. Komunikasi Mengutamakan Isi Ketimbang Hubungan.**

 **Dalam komunikasi massa, pesan harus disusun sedemikian rupa berdasarkan sistem tertentu dan disesuaikan karakteristik media massa yang digunakan. Di dalam komunikasi antarpersonal, yang menentukan efektivitas komunikasi bukanlah struktur, tetapi aspek hubungan manusia, bukan pada “ apanya “ tetapi “ bagaimana “. Sedangkan pada komuniaksi massa menekankan pada “ apanya “(Ardianto, 2004:7-8)**

1. **Komunikasi Massa Bersifat Satu Arah.**

 **Komunikator dan komunikan tidak dapat terlibat secara langsung, karena proses pada komunikasi massa yang menggunakan media massa.**

**7. Stimulasi Alat Indra “ Terbatas “.**

 **Stimulasi alat indra tergantung pada media massa. Pada surat kabar dan majalah, pembaca hanya melihat, pada media radio khalayak hanya mendengarkan, sedangkan pada media televisi dan film kita menggunakan indra pengelihatan dan pendengaran.**

**8. Umpan Balik Tertunda ( Delayed ).**

 **Hal ini dikarenakan oleh jarak komunikator dengan komunikan yang berjauhan dan katakter komunikan yang anonim dan heterogen (Ardianto, 2004:7-8).**

Dari penjelasan di atas mengenai karakteristik komunikasi massa , menguatkan pendapat bahwa komunikasi massa tidak terbatas pada perbedaan bahasa, budaya, pendidikan, pendapatan, kelas sosial dan pembatasan yang bersifat teknik. Komunikan dalam komunikasi massa adalah sejumlah orang yang di satukan oleh suatu minat yang sama, tingkah-laku yang sama dan terbuka bagi pengaktifan tujuan yang sama. Selain hal tersebut komunikasi masa juga dapat mengurangi ketidakpastian antara komunikan dan komunikator.

**2.5.2. Fungsi Komunikasi Massa**

Fungsi dari komunikasi massa adalah sebagai berikut :

**1. Penafsiran ( Interpretation )**

**Fungsi penafsiran ini berbentuk komentar dan opini yang ditujukan kepada khalayak, serta dilengkapi perspektif atau sudut pandang terhadap berita atau tanyangan yang disajikan.**

**2. Pertalian ( Linkage )**

**Dapat menyatukan anggota masyarakat yang beragam sehingga membentuk pertalian berdasarkan kepentingan dan minat yang sama tentang sesuatu.**

**3. Penyebaran Nilai-nilai ( Transmission Of Values )**

**Dengan cara media massa itu ditonton, didengar, dan dibaca. Media massa itu memperlihatkan kepada kita bagaimana mereka bertindak dan apa yang diharapkan oleh mereka.**

**4. Hiburan ( Entertainemnt )**

**Berfungsi sebagai penghibur tiada lain tujuannya adalah untuk mengurangi ketegangan pikiran khalayak.**

**5. Fungsi Informasi**

**Media massa berfungsi sebagai penyebar informasi bagi pembaca, pendengar, atau pemirsa. Universitas Sumatera Utara**

**6. Fungsi Pendidikan**

**Salah satu cara media massa dalam memberikan pendidikan adalah dengan melalui pengajaran etika, nilai, serta aturan-aturan yang berlaku bagi pembaca atau pemirsa.**

**7. Fungsi Mempengaruhi**

**Secara implisit terdapat pada tajuk/editorial, Features, iklan, artikel dan sebagainya.**

**8. Fungsi Proses Pengembangan Mental.**

**Media massa erat kaitannya dengan prilaku dan pengalaman kesadaran manusia.**

**9. Fungsi Adaptasi Lingkungan**

**Yakni penyesuaian diri terhadap lingkungan dimana khalayak dapat beradaptasi dengan lingkungannya dengan dibantu oleh media massa, ia bisa lebih mengenal bagaimana keadaan lingkungannya melalui media massa.**

**10. Fungsi Memanipulasi Lingkungan**

**Berusaha untuk mempengaruhi, komunikasi yang digunakan sebagai alat kontrol utama dan pengaturan lingkungan.**

**11. Fungsi Meyakinkan ( To Persuade )**

**1. Mengukuhkan atau memperkuat sikap, kepercayaan atau nilai seseorang.**

**2. Mengubah sikap, kepercayaan, atau nilai seseorang**

**3. Menggerakan seseorang untuk melakukan sesuatu (Effendi, 2003:29).**

Berdasarkan uraian diatas fungsi komunikasi masa sangat berpengaruh jika memang komunikasi massa itu bejalan dengan baik dan benar. Di sisi lain, disfungsi juga akan muncul andai komunikasi massa tidak berjalan dengan baik sehingga bukan fungsi positif yang didapat namun disfungsi atau bisa dikatakan sebagai fungsi negative.

**2.5.3. Unsur-Unsur Komunikasi Massa**

Merupakan proses yang dilakukan melalui media massa dengan berbagai tujuan komunikasi dan untuk menyampaikan informasi kepada khalayak luas. Dengan demikian, maka unsur-unsur penting dalam komunikasi massa adalah:

**1. Komunikator**

**a. Merupakan pihak yang mengandalkan media massa dengan teknologi informasi modern sehingga dalam menyebarkan suatu informasi, maka informasi tersebut dengan cepat ditangkap oleh publik**

**b. Komunikator dalam penyebaran informasi mencoba berbagai informasi, pemahaman, wawasan, dan solusi-solusi dengan jutaan massa yang tersebar tanpa diketahui jelas keberadaan mereka.**

**c. Komunikator juga berperan sebagai sumber pemberitaan yang mewakili institusi formal yang bersifat mencari keuntungan dari penyebaran informasi tersebut.**

**2. Media Massa**

**Media massa merupakan media komunikasi dan informasi yang melakukan penyebaran secara massal dan dapat diakses oleh masyarakat secara massal pula. Media massa adalah institusi yang berperan sebagai agent of change, yaitu sebagai institusi pelopor perubahan. Ini adalah paradigma utama media massa.**

**Dalam menjalankan paradigmanya media massa berperan :**

**a. Sebagai institusi pencerahan masyarakat, yaitu perannya sebagai media edukasi.**

**b. Sebagai media informasi, yaitu media yang setiap saat menyampaikan informasi kepada masyarakat.**

**c. Terakhir media massa sebagai media hiburan. (Bungin, 2006:85)**

**3. Informasi Massa**

 **Informasi massa merupakan informasi yang diperuntukan kepada masyarakat secara massal, bukan informasi yang hanya boleh dikonsumsi oleh pribadi. Dengan demikian, maka informasi massa adalah milik publik, bukan ditujukan kepada individu masing-masing.**

**4. Gatekeeper**

 **Merupakan penyeleksi informasi informasi. Sebagaimana diketahui bahwa komunikasi massa dijalankan oleh beberapa orang dalam organisasi media massa, mereka inilah yang akan menyeleksi informasi yang akan disiarkan atau tidak disiarkan.**

**5. Khalayak**

**Khalayak merupakan massa yang menerima informasi massa yang disebarkan oleh media massa, mereka ini terdiri dari publik pendengar atau pemirsa sebuah media massa.**

**6. Umpan Balik**

**Umpan balik dalam komunikasi massa umumnya mempunyai sifat tertunda sedangkan dalam komunikasi tatap muka bersifat langsung. Akan tetapi, konsep umpan balik tertunda dalam komunikasi massa ini telah dikoreksi karena semakin majunya teknologi, maka proses penundaan umpan balik menjadi sangat tradisional (Bungin, 2006:71).**

Berdasarkan uraian diatas unsur – unsur komunikasi massa salah satunya sebagai pelengkap dalam membangun komunikasi yang sempurna. Jadi, teknologi pembagi atau media dengan massa yang disebut dengan saluran itu dipergunakan untuk mengirimkan pesan yang melintasi jarak jauh, misalnya buku, pamflet, majalah, surat kabar, warkat pos, rekaman-rekaman, televisi, gambar-gambar poster, dan bahkan saat ini ditambah lagi dengan komputer serta aplikasinya.

**2.6. Fungsi Media Online**

 Fungsi adalah pemetaan setiap anggota dalam sebuah himpunan atau domain kepada anggota himpunan lain yang disebut dengan kodomain, atau relasi yang menghubungkan setiap anggota x dalam suatu himpunan yang disebut domain dengan nilai suatu tunggal dari himpunan kedua atau kodomain. Dari proses tersebut diperoleh himpunan nilai yang disebut dengan hasil atau range. Dalam suatu fungsi, himpunan yang dipetakan bias berupa kata, orang, benda, atau objek lainnya.

Media online adalah sebutan umum untuk sebuah bentuk media yang berbasis telekomunikasi dan multimedia (baca-komputer dan internet). Didalamnya terdapat portal, website (situs web), radio-online, TV-online, pers online, mail-online, dll, dengan karakteristik masing-masing sesuai dengan fasilitas yang memungkinkan user memanfaatkannya.

Salah satu desain media *online* yang paling umum diaplikasikan dalam praktik jurnalistik modern dewasa ini adalah berupa situs berita. Situs berita atau portal informasi sesuai dengan namanya merupakan pintu gerbang informasi yang memungkinkan pengakses informasi memperoleh aneka fitur fasilitas teknologi online dan berita didalamnya. Content-nya merupakan perpaduan layanan interaktif yang terkait informasi secara langsung, misalnya tanggapan langsung, pencarian artikel, forum diskusi, dll; dan atau yang tidak berhubungan sama sekali dengannya, misalnya games, chat, kuis, dll.

Secara umum, media mengacu pada berbagai sarana komunikasi. Sebagai contoh, televisi, radio, dan koran berbagai jenis media. bagaimana media dipandang dari sudut komputer . media adalah berupa hard drive, removable drive (seperti disk Zip), CD-ROM atau CD-R disc, DVD, flash memory, drive USB dan disk. Sedangkan “online” Secara umum, ketika sebuah mesin dihidupkan dan terhubung ke perangkat lain. (printer jaringan online, scanner, kamera video, audio interface, dan lain-lain ,dikatakan online ketika mereka berjalan dan terhubung ke sistem komputer.

Istilah online biasanya berarti yang terhubung ke Internet. Sambungan ini dapat melalui saluran telepon, menggunakan dial-up atau DSL modem, saluran kabel melalui modem kabel, atau melalui koneksi nirkabel. Media dapat diartikan dengan saluran atau alat, sedangkan online istilah bahasa dalam internet yang artinya sebuah informasi yang dapat diakses dimana saja selama ada jaringan internet **(Zabidina, dalam http//:google.co.id/media-onlie/doc.html).** **Sudiana (2000)** dalam **Nurliati (2001)**, mendefinisikan media online sebagai media pemberitaan yang terbit secara online  di internet. Walaupun istilah media online sudah sering dipergunakan oleh para pengguna jasa teknologi informasi dan teknologi komunikasi namun belum banyak ahli komunikasi yang memberikan definisi secara jelas untuk istilah media online. Menurut kamus Bahasa Indonesia, pengertian media adalah semua peralatan yang dipergunakan orang untuk menyampaikan sesuatu/informasi/gagasan/ atau ide kepada orang lain. Sedangkan pengertian online (dari bahasa Inggris dan terbentuk dari dua kata yaitu on dan line) menurut Kamus Bahasa Inggris adalah pada jalur atau garis. Maka dapat disimpulkan bahwa pengerti media online adalah alat untuk menyampaikan informasi atau gagasan atau ide kepada khalayak melalui jalur atau garis yang dikenal dengan jaringan tanpa kabel.

Media online adalah  media yang terbit di dunia maya, istilah dunia maya pertama kali dikenalkan oleh **William Gibson (1984/1994) dalam novelnya**

 **yang mengartikan dunia maya yaitu realita yang terhubung secara global**, didukung komputer, berakses komputer, multidimensi, artificial, atau virtual **(Severin dan James W. Tankard)**.  **Menurut buku Jurnalistik Terapan yang ditulis oleh Syarifudin Yunus  (2010: 27)** mengatakan:

**Media online yaitu media internet, seperti website, blog, dan lainnya yang terbit/tayang di dunia maya, dapat dibaca dan dilihat di internet. Media online merupakan pemain baru dalam kancah pers Indonesia, menurut beberapa sumber media online di Indonesia telah tumbuh sejak tahun 1994. (2005:445)**

Sedangkan pendapat **Vini Winarti Halim** mengenai media online yaitu:

**“Media online yaitu website/situs yang difungsikan sebagai media komunikasi elektronik yang tidak terikat ruang dan waktu dengan tujuan untuk memberikan informasi aktual yang dapat diakses oleh publik secara in real time”. (2006: 27)**

Media Online menurut **Ashadi Siregar:**

**Media online adalah sebutan umum untuk sebuah bentuk media yang berbasis telekomunikasi dan multimedia (baca-komputer dan internet). Didalamnya terdapat portal, website (situs web), radio-online, TV-online, pers online, mail-online, dll, dengan karakteristik masing-masing sesuai dengan fasilitas yang memungkinkan user memanfaatkannya. (dalam Kurniawan, 2005: 20)**

Adapula pengenalan media online seperti :

1. **Media online (*online media*) adalah media massa yang tersaji secara online di situs web (*website*) internet.**
2. **Media online adalah media massa ”generasi ketiga” setelah media cetak (*printed media*) –koran, tabloid, majalah, buku-- dan media elektronik (electronic media) –radio, televisi, dan film/video.**
3. **Media Online merupakan produk jurnalistik online. Jurnalistik online –disebut juga*cyber journalisme*– didefinisikan sebagai “pelaporan fakta atau peristiwa yang diproduksi dan didistribusikan melalui internet” (wikipedia).**
4. **Secara teknis atau ”fisik”, media online adalah media berbasis telekomunikasi dan multimedia (komputer dan internet). Termasuk kategori media online adalah portal, website (situs web, termasuk blog), radio online, TV online, dan email.**
5. **Isi media online terdiri: Teks, Visual/Gambar, Audio, dan Audio-Visual (Video).**

Situs berita merupakan salah satu sub-sistem dari media online. Penyebutan media online dikalangan beberapa ahli media cukup beragam. Salah satu peneliti dan ahli media dari Universitas Texas, Amerika, bernama  **Lorie Ackerman**, menyebut media online sebagai bentuk “**penerbitan elektronik**”.

***“The term electronic publishing is used to convey a variety of ideas . Most broadly, it prefer to the use of computers in the composing, editing, typesetting, printing, or publication-deliveredprocess*”**

**Salah satu desain media online yang paling umum diaplikasikan dalam praktik jurnalistik modern dewasa ini adalah berupa situs berita. Situs berita atau portal informasi sesuai dengan namanya merupakan pintu gerbang informasi yang memungkinkan pengakses informasi memperoleh aneka fitur fasilitas teknologi online dan berita didalamnya.**

**2.6.1. Karakteristik Media Online**

1. **Kecepatan (aktualitas) informasi**

 **Kejadian atau peristiwa yang  terjadi di lapangan dapat langsung di upload ke dalam situs web media *online* ini, tanpa harus menunggu hitungan menit, jam atau hari, seperti yang terjadi pada media elektronik atau media cetak. Dengan demikian mempercepat distribusi informasi ke pasar (pengakses), dengan jangkauan global lewat jaringan internet, dan dalam waktu bersamaan .dan umumnya informasi yang ada tertuang dalam bentuk data dan fakta bukan cerita.**

1. **Adanya pembaruan *(updating)* informasi**

 **Informasi disampaikan secara terus menerus, karena adanya pembaruan *(updating)* informasi. Penyajian yang bersifat realtime ini menyebabkan tidak adanya waktu yang diiistemewakan *(prime time)* karena penyediaan informasi berlangsung tanpa putus, hanya tergantung kapan pengguna mau mengaksesnya.**

1. **Interaktivitas**

 **Salah satu keunggulan media *online* ini yang paling membedakan dirinya dengan media lain adalah fungsi interaktif. Model komunikasi yang digunakan media konvensional biasanya bersifat searah (linear) dan bertolak dari kecenderungan sepihak dari atas *(top-down).* Sedangkan media *online* bersifat dua arah dan egaliter. Berbagai features yang ada seperti *chatroom, e-mail, online polling/survey,* games, merupakan contoh *interactive options* yang terdapat di media *online*. Pembaca pun dapat menyampaikan keluhan, saran, atau tanggapan ke bagian redaksi dan bisa langsung dibalas.**

1. **Personalisasi**

 **Pembaca atau pengguna semakin otonom dalam menentukan informasi mana yang ia butuhkan. Media *online* memberikan peluang kepada setiap pembaca hanya mengambil informasi yang relevan bagi dirinya, dan menghapus informasi yang tidak ia butuhkan. Jadi selektivitas informasi dan sensor berada di tangan pengguna (*self control*).**

1. **Kapasitas muatan dapat diperbesar**

 **Informasi yang termuat bisa dikatakan tanpa batas karena didukung media penyimpanan data yang ada di *server* komputer dan sistem global. Informasi yang pernah disediakan akan tetap tersimpan, dan dapat ditambah kapan saja, dan pembaca dapat mencarinya dengan mesin pencari *(search engine).***

1. **Terhubung dengan sumber lain *(hyperlink.***

Setiap data dan informasi yang disajikan dapat dihubungkan dengan sumber lain yang juga berkaitan dengan informasi tersebut, atau disambungkan ke *bank data* yang dimiliki media tersebut atau dari sumber-sumber luar. Karakter *hyperlink* ini juga membuat para pengakses bisa berhubungan dengan pengakses lainnya ketika masuk ke sebuah situs media online dan menggunakan fasilitas yang sama dalam media tersebut, misalnya dalam *chatroom,* lewat *e-mail* atau games. Sebagaimana portal informasi, situs berita memiliki kesesuaian dengan karakter-karakter yang telah dipaparkan diatas (bahkan kalau boleh dikatakan identik). Sebab pada prinsipnya secara teknis tidak ada yang membedakan kedua jenis media online tersebut, keduanya memanfaatkan aplikasi teknologi internet yang sama (dibangun dengan konsep bahasa *HTML* dan *Java*), dan menggunakan *web browser* sebagai sarana *output*nya. Lebih jauh tentang pengertian “situs web” atau “*website”* itu sendiri—yang  menjadi salah satu varian teknologi internet—merupakan aplikasi yang mendominasi pengunaan internet.Apapun jenis media online, baik itu suratkabar online atau TV-*online* sekalipun, pada prinsipnya adalah menggunakan teknologi berbasis web.

Dari definisi di atas dapat diperoleh karakteristik dari situs web yang didefinisikan sebagai:

* 1. **sekumpulan halaman web yang berhubungan satu sama lain, yang disatukan melalui suatu topik tertentu.**
	2. **Memiliki alamat unik yang membedakan dengan situs web sejenis.**
	3. **Hubungan antar halaman web dimediasikan oleh suatu fitur tententu di dalamnya. Situs web terdiri atas halaman-halaman web didalamnya. Dalam halaman-halaman web ini berbagai ragam informasi dituangkan dan disajikan. Antar halaman tersebut dihubungkan oleh sebuah fitur bernama *hyperlink*. *Hyperlink* inilah yang menjadi jembatan komunikasi antar informasi yang ada di dalam sebuah *website* maupun informasi lain yang ada di *website*lain yang terdapat dalam jaringan global internet** **(Sosiawan, 2003).**

Halaman web adalah dokumen elektronik yang menjadi basis penyimpanan data dalam sebuah unit jaringan global situs web. Didalamnya terdapat beragam format data baik itu yang bentuknya teks, gambar, maupun file multimedia (audio video). Konsep halaman web ini selanjutnya dijelaskan oleh beberapa definisi sebagai berikut :

* ***The web uses the metaphor “pages,” for the organization of information. One page is actually a text file marked up in HTML. It will appear to your web browser as a page containing images, text, and/or hypertext and graphical links to other points on the same page, other pages, large images, sound, or movies. Technically speaking, one page is one computer file that has been marked-up with HTML codes. To a person using the web, a page is that unit that you can scroll through using your web browser’s scrolling tools. A web page has a top and a bottom, a beginning and an end.***

 ***(http ://www.radcliffe.edu/rito/glossary.html)***

* ***A Web page is a document, the basic data storage and display unit of the World Wide Web. Stored as plain ASCII text, a web page embeds “tags” or function and formatting codes which govern its transmission and display on the end-user’s computer screen. These tags are standardized as HTML, the hypertext markup language.***

 ***(http://***[***http://www.wested.org/tie/dlrn/course/glossary.html***](http://www.wested.org/tie/dlrn/course/glossary.html)***)***

* ***A web page is a document created with HTML (HyperText Markup Language) that is part of a group of hypertext documents or resources available on the World Wide Web. Collectively, these documents and resources form what is known as a website. You can read HTML documents that reside somewhere on the Internet or on your local hard drive with a piece of software called a web browser. Web browsers read HTML documents and display them as formatted presentations, with any associated graphics, sound, and video, on a computer screen. Web pages can contain hypertext links to other places within the same document, to other documents at the same web site, or to documents at other web sites. They also can contain fill-in forms, photos, large clickable images (image maps), sounds, and videos for downloading.***

 ***(http:// support.airmail.net/faq/glossary\_mz.php)***

Dari beberapa penjelasan diatas dapat disimpulkan bahwa secara umum karakter dan batasan situs web pada prinsipnya hampir sama dengan media online. Hanya untuk lebih merincinya, dalam penelitian ini digunakan batasan dan karakter situs web sebagai media online sebagai berikut:

1. **Berbasis teknologi komputer dan jaringan internet**
2. **Bentuk informasi data berupa dokumen elektronik**
3. **Kecepatan (aktualitas) informasi**
4. **Adanya pembaruan *(updating)* informasi**
5. **Interaktivitas**
6. **Personalisasi**
7. **Kapasitas muatan yang dapat diperbesar**
8. **Terhubung dengan sumber lain *(hyperlink),*dan**
9. **Memiliki bank data *(database)* yang terintegrasi dengan**

**sistemnya.**

Berdasarkan pemahaman diatas secara substansi, isi (konten) media online sama seperti media massa pada umumnya, yakni karya jurnalistik (berita, feature, artikel opini) berupa teks dan foto/gambar. Namun, media online bisa melengkapinya dengan audio, video, dan animasi (gambar bergerak) alias multimedia. Yang benar-benar khas media online yang tidak dimiliki media lainnya adalah LINK atau hyperlink, yakni tautan ke halaman lain yang memperkaya  informasi, seperti link ke berita terkait.

**2.6.2. Jenis – Jenis Media Online**

 Media Online adalah sebutan umum untuk sebuah bentuk media yang berbasis telekomunikasi dan multimedia (baca-komputer dan internet). Didalamnya terdapat portal, website (situs web), radio-online, TV-online, pers online, mail-online, dll, dengan karakteristik masing-masing.

Media online berupa situs berita bisa diklasifikasikan menjadi lima kategori:

* 1. **Situs berita berupa “edisi online” dari media cetak surat kabar atau majalah.**
	2. **Situs berita berupa “edisi online” media penyiaran radio.**
	3. **Situs berita online” murni yang tidak terkait dengan media cetak atau elektronik.**
	4. **Situs “indeks berita” yang hanya memuat link-link berita dari situs berita lain.**

**5. News organisation website: situs lembaga pers atau penyiaran
Commercial organization website: situs lembaga bisnis atau**

 **perusahaan Website pemerintahan Website kelompok**

 **kepentingan (interest group) Personal website (blog).**

Media online diragukan dari sisi kredibilitas mengingat orang yang tidak memiliki keterampilan menulis (jurnalistik) yang memadai pun isa mempublikasikan informasinya. Kredibilitas tinggi umumnya dimiliki media online yang dikelola oleh lembaga pers yang juga menerbitkan edisi elektronik.

Pesatnya pertumbuhan internet di Indonesia memiliki dampak yang signifikan terhadap pengguna media. Indonesia mendapat rangking ketiga seasia tenggara sebagai pengguna internet terbanyak setelah China dan India. Prospek ini mempengaruhi maraknya pertumbuhan media online. Bahkan menurut data **penelitian AJI** sendiri media online sendiri naik 26 % menjadi 30 % dibandingkan tahun lalu, setelahnya baru media televisi, cetak dan radio menjadi  topik diskusi menarik.

**2.6.3. Pedoman Pemberitaan Media Online**

Kemerdekaan berpendapat, kemerdekaan berekspresi, dan kemerdekaan pers adalah hak asasi manusia yang dilindungi Pancasila, Undang-Undang Dasar 1945, dan Deklarasi Universal Hak Asasi Manusia PBB. Keberadaan media siber di Indonesia juga merupakan bagian dari kemerdekaan berpendapat, kemerdekaan berekspresi, dan kemerdekaan pers. Media online memiliki karakter khusus sehingga memerlukan pedoman agar pengelolaannya dapat dilaksanakan secara profesional, memenuhi fungsi, hak, dan kewajibannya sesuai Undang-Undang Nomor 40 Tahun 1999 tentang Pers dan Kode Etik Jurnalistik. Untuk itu Dewan Pers bersama organisasi pers, pengelola media siber, dan masyarakat menyusun Pedoman Pemberitaan Media Siber sebagai berikut :

**1. Ruang Lingkup**

1. **Media Siber adalah segala bentuk media yang menggunakan wahana internet dan melaksanakan kegiatan jurnalistik, serta memenuhi persyaratan Undang-Undang Pers dan Standar Perusahaan Pers yang ditetapkan Dewan Pers.**
2. **Isi Buatan Pengguna (User Generated Content) adalah segala isi yang dibuat dan atau dipublikasikan oleh pengguna media siber, antara lain, artikel, gambar, komentar, suara, video dan berbagai bentuk unggahan yang melekat pada media siber, seperti blog, forum, komentar pembaca atau pemirsa, dan bentuk lain.**

**2. Verifikasi dan keberimbangan berita**

1. **Pada prinsipnya setiap berita harus melalui verifikasi.**
2. **Berita yang dapat merugikan pihak lain memerlukan verifikasi pada berita yang sama untuk memenuhi prinsip akurasi dan keberimbangan.**
3. **Ketentuan dalam butir (a) di atas dikecualikan, dengan syarat:**
	1. **Berita benar-benar mengandung kepentingan publik yang bersifat mendesak;**
	2. **Sumber berita yang pertama adalah sumber yang jelas disebutkan identitasnya, kredibel dan kompeten;**
	3. **Subyek berita yang harus dikonfirmasi tidak diketahui keberadaannya dan atau tidak dapat diwawancarai;**
	4. **Media memberikan penjelasan kepada pembaca bahwa berita tersebut masih memerlukan verifikasi lebih lanjut yang diupayakan dalam waktu secepatnya. Penjelasan dimuat pada bagian akhir dari berita yang sama, di dalam kurung dan menggunakan huruf miring.**
4. **Setelah memuat berita sesuai dengan butir (c), media wajib meneruskan upaya verifikasi, dan setelah verifikasi didapatkan, hasil verifikasi dicantumkan pada berita pemutakhiran (update) dengan tautan pada berita yang belum terverifikasi.**

**3. Isi Buatan Pengguna (User Generated Content)**

1. **Media siber wajib mencantumkan syarat dan ketentuan mengenai Isi Buatan Pengguna yang tidak bertentangan dengan Undang-Undang No. 40 tahun 1999 tentang Pers dan Kode Etik Jurnalistik, yang ditempatkan secara terang dan jelas.**
2. **Media siber mewajibkan setiap pengguna untuk melakukan registrasi keanggotaan dan melakukan proses log-in terlebih dahulu untuk dapat mempublikasikan semua bentuk Isi Buatan Pengguna. Ketentuan mengenai log-in akan diatur lebih lanjut.**
3. **Dalam registrasi tersebut, media siber mewajibkan pengguna memberi persetujuan tertulis bahwa Isi Buatan Pengguna yang dipublikasikan :**
	1. **Tidak memuat isi bohong, fitnah, sadis dan cabul;**
	2. **Tidak memuat isi yang mengandung prasangka dan kebencian terkait dengan suku, agama, ras, dan antargolongan (SARA), serta menganjurkan tindakan kekerasan;**
	3. **Tidak memuat isi diskriminatif atas dasar perbedaan jenis kelamin dan bahasa, serta tidak merendahkan martabat orang lemah, miskin, sakit, cacat jiwa, atau cacat jasmani.**
4. **Media siber memiliki kewenangan mutlak untuk mengedit atau menghapus Isi Buatan Pengguna yang bertentangan dengan butir (c).**
5. **Media siber wajib menyediakan mekanisme pengaduan Isi Buatan Pengguna yang dinilai melanggar ketentuan pada butir (c). Mekanisme tersebut harus disediakan di tempat yang dengan mudah dapat diakses pengguna.**
6. **Media siber wajib menyunting, menghapus, dan melakukan tindakan koreksi setiap Isi Buatan Pengguna yang dilaporkan dan melanggar ketentuan butir (c), sesegera mungkin secara proporsional selambat-lambatnya 2 x 24 jam setelah pengaduan diterima.**
7. **Media siber yang telah memenuhi ketentuan pada butir (a), (b), (c), dan (f) tidak dibebani tanggung jawab atas masalah yang ditimbulkan akibat pemuatan isi yang melanggar ketentuan pada butir (c).**
8. **Media siber bertanggung jawab atas Isi Buatan Pengguna yang dilaporkan bila tidak mengambil tindakan koreksi setelah batas waktu sebagaimana tersebut pada butir (f).**

**4. Ralat, Koreksi, dan Hak Jawab**

**1. Ralat, koreksi, dan hak jawab mengacu pada Undang-Undang Pers, Kode Etik Jurnalistik, dan Pedoman Hak Jawab yang ditetapkan Dewan Pers.**

1. **Ralat, koreksi dan atau hak jawab wajib ditautkan pada berita yang diralat, dikoreksi atau yang diberi hak jawab.**
2. **Di setiap berita ralat, koreksi, dan hak jawab wajib dicantumkan waktu pemuatan ralat, koreksi, dan atau hak jawab tersebut.**
3. **Bila suatu berita media siber tertentu disebarluaskan media siber lain, maka:**
	1. **Tanggung jawab media siber pembuat berita terbatas pada berita yang dipublikasikan di media siber tersebut atau media siber yang berada di bawah otoritas teknisnya;**
	2. **Koreksi berita yang dilakukan oleh sebuah media siber, juga harus dilakukan oleh media siber lain yang mengutip berita dari media siber yang dikoreksi itu;**
	3. **Media yang menyebarluaskan berita dari sebuah media siber dan tidak melakukan koreksi atas berita sesuai yang dilakukan oleh media siber pemilik dan atau pembuat berita tersebut, bertanggung jawab penuh atas semua akibat hukum dari berita yang tidak dikoreksinya itu.**
4. **Sesuai dengan Undang-Undang Pers, media siber yang tidak melayani hak jawab dapat dijatuhi sanksi hukum pidana denda paling banyak Rp500.000.000 (Lima ratus juta rupiah).**

**5. Pencabutan Berita**

1. **Berita yang sudah dipublikasikan tidak dapat dicabut karena alasan penyensoran dari pihak luar redaksi, kecuali terkait masalah SARA, kesusilaan, masa depan anak, pengalaman traumatik korban atau berdasarkan pertimbangan khusus lain yang ditetapkan Dewan Pers.**
2. **Media siber lain wajib mengikuti pencabutan kutipan berita dari media asal yang telah dicabut.**
3. **Pencabutan berita wajib disertai dengan alasan pencabutan dan diumumkan kepada publik.**

**6. Iklan**

1. **Media siber wajib membedakan dengan tegas antara produk berita dan iklan.**
2. **Setiap berita/artikel/isi yang merupakan iklan dan atau isi berbayar wajib mencantumkan keterangan "advertorial", "iklan", "ads", "sponsored", atau kata lain yang menjelaskan bahwa berita/artikel/isi tersebut adalah iklan.**

**7. Hak Cipta**

**Media siber wajib menghormati hak cipta sebagaimana diatur dalam peraturan perundang-undangan yang berlaku.**

**8. Pencantuman Pedoman**

**Media siber wajib mencantumkan Pedoman Pemberitaan Media Siber ini di medianya secara terang dan jelas.**

**9. Sengketa**

**Penilaian akhir atas sengketa mengenai pelaksanaan Pedoman Pemberitaan Media Siber ini diselesaikan oleh Dewan Pers.**

Berdasarkan uraian diatas bahwa dengan adanya pedoman pemberitaan media online sejumlah keluhan masyarakat terhadap media online bisa diminimalisasi. Selama ini sejumlah keluhan yang sering dialamatkan ke media online adalah pemberitaan yang tak berimbang, tak akurat, hingga komentar berita yang berbau sara. Serta mengukur tingkat kemerdekaan pers di Indonesia.

**2.6.4. Teknik Menulis Berita Online**

Secara umum konsep berita yang ada di media cetak, radio dan televisi serta online adalah sama. Bila berita Koran mengandalkan tulisan. Berita radio mengandalkan suara dan televisi mengandalkan gambar bergerak. Media online dalam menyajikan berita mengandalkan kecepatan. Sebelum berbicara mengenai teknik penulisan berita online, perlu diketahui mengenai konsep berita online. Konsep berita online tidak akan lepas dari sifat-sifat internet itu sendiri seperti interkatif, 24 jam nonstop, periodisasi hilang, tanpa batas (borderless), breaking news, berita selalu ada running news-nya, cepat dan tersebar luas. Oleh karena berita online itu harus disampaikan secara cepat, maka berita yang dibuat lebih banyak berita langsung (straight news report) dan model piramida terbalik. Dengan model seperti ini, maka berita yang disampaikan harus cepat, singkat, pendek dan apa adanya sesuai dengan peristiwa yang terjadi. Namun model seperti ini juga mempunyai kelemahan yaitu informasi yang diberikan tidak utuh atau sepotong-sepotong dan hanya serpihan-serpihan dari beberapa fakta yang terkumpul di lapangan Secara umum bentuk berita ada 3, yakni Pola beraturan, piramida dan piramida terbalik. Dari tiga pola itu, pola piramida terbalik sering digunakan. Dari fungsi dan manfaat bentuk itu, memiliki kelebihan masing-masing. Bentuk piramida terbalik misalnya, sering digunakan media cetak (harian) dan elektronik, karena dengan bentuk ini penulis menuliskan laporan dengan mengutamakan hal yang terpenting.

Cara ini menguntungkan, sebab akan mempermudah tim editing dalam melakukan editing kata atau kalimat apabila deadline-nya sangat singkat. Bentuk piramida terbalik banyak digunakan media cetak harian yang waktu dead linenya cukup singkat dan terbatas. Lain halnya dengan bentuk beraturan. Bentuk ini digunakan penulis dengan tanpa melihat hal terpenting namun penulis cukup menulis sesuai apa yang dikehendakinya. Sehingga bentuk beraturan sangat tepat digunakan untuk menyusun artikel, karenanya bentuk ini lazim digunakan oleh media cetak majalah dan tabloid yang memiliki dead line panjang (seminggu, dua minggu, sebulan bahkan triwulan). Piramida Terbalik Gaya penulisan berita dalam cybermedia lebih banyak menggunakan piramida terbalik. Gaya ini memulai tulisan dengan memberitahu kesimpulannya kepada pembaca, diikuti dengan informasi pendukung yang lebih penting dan diakhiri dengan memberikan latar belakang. Gaya ini sebenarnya sudah banyak dipakai oleh berbagai surat kabar. Sebab gaya piramida terbalik membuat pembaca dapat berhenti kapan saja dan masih mendapatkan bagian penting dari tulisan itu. Dengan model piramida terbalik itu, pertama akan memudahkan pembaca, pendengar atau pemirsa yang sangat sibuk untuk segera menemukan berita yang dianggapnya menarik atau penting yang sedang dicari atau ingin diketahuinya. Kedua, memudahkan reporter, editor memotong bagian-bagian berita yang dianggap kurang atau tidak penting ketika dihadapkan kepada kendala teknis, misalnya berita terlalu panjang sementara kapling atau ruangan yang tersedia sangat terbatas. Ketiga, memudahkan jurnalis dalam menyusun pesan berita melalui rumus baku yang sudah sangat dikuasainya sekaligus untuk menghindari kemungkinan adanya fakta atau informasi yang terlewat tidak terlaporkan. Dalam web, piramida terbalik jadi lebih penting.

Para penggunanya kerap hanya membaca bagian atas sebuah tulisan. Mereka tidak meneruskan bacaannya. **“Mereka tidak menggulung layar”** tulis **Nielsen’s dalam Inverted Pyramids in Cyberspace Frames.** Gulungan layar adalah istilah dari proses internet meneruskan jaringan informasinya. Menghubungkan pengguna web dengan situs-situs yang telah dirancang jaringan link-nya. Tapi pada beberapa pengguna lainnya, terjadi kebalikannya. Di sinilah kegunaan teknologi internet dimanfaatkan jurnalisme online. Pembaca yang tertarik akan menggulung layar, akan meneruskan bacaannya pada materi-materi yang terkait dengan topik yang tengah dibacanya.