

BAB II

KAJIAN PUSTAKA DAN KERANGKA PEMIKIRAN

2.1 Kajian Literatur

2.1.1 Review Penelitian Sejenis

NO	JUDUL,NAMA PENULIS,TAHU N TERBIT	TUJUAN PENELITIAN	METODE PENELITIAN	HASIL PENELITIAN	PERBEDAAN	PERSAMAAN
1	(SKRIPSI) Strategi Public Relation dalam menjada eksistensi PT Piiran Rakyat di Bandung.	Tujuan penelitian ini adalah mengetahui strategi Public Relations PT Pikiran Rakyat dalam menjaga	Metode yang digunakan dengan studi deskriptif dan menggunakan teori empat langkah Public Relations menurut	Hasil dari penelitian ini menunjukkan bahwa strategi yang dilakukan oleh seorang Public Relations dalam	Objek penelitian dalam penelitian ini ialah Public Relations PT Pikiran Rakyat Bandung sehingga	Persamaan dalam penelitian ini membahas eksistensi obyek.

NO	JUDUL,NAMA PENULIS,TAHU N TERBIT	TUJUAN PENELITIAN	METODE PENELITIAN	HASIL PENELITIAN	PERBEDAAN	PERSAMAAN
	<p>Nama Penulis : Putri Rizki A</p> <p>Tahun Terbit : 2022</p>	<p>eksistensi perusahaan</p>	<p>Cutlip, Center, dan Broom yang mana keempat langkah tersebut yaitu Fact Finding, Planning, Communicating, dan Evaluating sebagai tahapan yang dilakukan oleh seorang Public Relations</p>	<p>menjaga eksistensi PT Pikiran Rakyat yaitu seputar bagaimana perusahaan berusaha beradaptasi dengan zaman yaitu transformasi dari cetak ke digital, sehingga mampu menghadirkan Pikiran Rakyat Multi</p>	<p>tidak tertuju pada efektifitas penyampaian di medsos</p>	

NO	JUDUL,NAMA PENULIS,TAHUN TERBIT	TUJUAN PENELITIAN	METODE PENELITIAN	HASIL PENELITIAN	PERBEDAAN	PERSAMAAN
				Platforms Multi Service.		
2	JURNAL Efektifitas Media Sosial Sebagai Sumber Berita Dalam Newsroom Televisi Nama Penulis : Nasrullah Kusadjibrata	Tujuan dari penelitian untuk mendeskripsikan bahwa keberadaan media sosial merupakan satu yang tidak bisa dihindari.	Kualitatif konstruktivis Peter L Berger dengan metode studi kasus karena akan melihat proses teknis dan kekhasan yang terjadi di dalam pergumulan newsroom televisi berita.	Dalam meja redaksi bisa diambil titik simpul dalam a. Internalisasi (Mengadopsi masukan tidak hanya dari lapangan namun dari social media	Perbedaan dalam penelitian ini fokus obyek yang dan topik medos yang berbeda	Penelitian ini sama sama memfokuskan terhadap manfaat dari media sosial dan kredibilitas untuk <i>audience</i> .

NO	JUDUL,NAMA PENULIS,TAHU N TERBIT	TUJUAN PENELITIAN	METODE PENELITIAN	HASIL PENELITIAN	PERBEDAAN	PERSAMAAN
	Tahun Terbit :2019			<p>seperti twitter, FB, intragram maupun lainnya)</p> <p>b. Obyektivasi (Proses produksi harus menyertakan trending topic dll agar berita bisda diterima masyarakat)</p>		

NO	JUDUL,NAMA PENULIS,TAHU N TERBIT	TUJUAN PENELITIAN	METODE PENELITIAN	HASIL PENELITIAN	PERBEDAAN	PERSAMAAN
				c. Eksternalisasi (Keluaran ini tidak hanya di TV namun juga bias lewat web atau social media		
3	JURNAL Berita Viral Di Media Sosial Sebagai Sumber Informasi Media	Tujuan dari penelitian ini menguji penggunaan berita viral sebagai	pendekatan kualitatif dan metodologi studi kasus	Berita yang diproduksi media massa daring adalah berita ringan, cenderung remeh, dan sensasional. Produk	Perbedaan fokus penelitian, yang dimana penelitian ini lebih memfokuskan	Sama sama membahas mengenai kredibilitas pesan yang di

NO	JUDUL,NAMA PENULIS,TAHU N TERBIT	TUJUAN PENELITIAN	METODE PENELITIAN	HASIL PENELITIAN	PERBEDAAN	PERSAMAAN
	<p>Massa Konvensional Nama Penulis : Nela Widiastuti Tahun Terbit : 2019</p>	sumber informasi di media massa.		berita yang renyah tersebut akan menarik untuk dibagikan (viral) melalui media sosial maupun aplikasi tukar pesan. Konten berita yang hanya mengambil dari postingan viral tentu masih dipertanyakan kebenarannya.	berita viral yang menjadi sumber untuk media massa konvensional dan obyek dari penelitiannya pun berbeda.	sampaikan di media sosial tetap harus diperhatikan oleh jurnalis atau PT penyebaran Informasi, sesuai teori yang digunakan.

NO	JUDUL,NAMA PENULIS,TAHU N TERBIT	TUJUAN PENELITIAN	METODE PENELITIAN	HASIL PENELITIAN	PERBEDAAN	PERSAMAAN
				Mengingat bahwa tidak semua konten yang ada di media sosial telah melalui proses verifikasi.		
4	Penggunaan Media Sosial Oleh Wartawan Jawa Pos Radar Semarang Dalam Pembuatan Berita	Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui bagaimana penggunaan media sosial oleh	pendekatan studi kasus mendalam dengan menggunakan metode analisis pembuatan eksplanasi.	bahwa dari penggunaan media sosial tersebut, wartawan Jawa Pos Radar Semarang mendapatkan	Fokus obyek yang berbeda, penelitian ini lebih memfokuskan terhadap kontribusi medsos bagi	Penelitian ini sama sama membahas mengenai kredibilitas informasi yang

NO	JUDUL,NAMA PENULIS,TAHU N TERBIT	TUJUAN PENELITIAN	METODE PENELITIAN	HASIL PENELITIAN	PERBEDAAN	PERSAMAAN
	<p>Nama Penulis ; Ova Adelia</p>	<p>wartawan Jawa Pos Radar Semarang dalam pembuatan berita. Selain itu, juga untuk mengetahui alasan penggunaan media sosial, media sosial apa yang digunakan, serta kontribusi yang</p>		<p>kontribusi positif karena media sosial memberi keuntungan dari segi pelimpahan data, kecepatan informasi, serta kemudahan dalam berbagi, mengingat dalam menjalankan praktik kerjanya, wartawan masih</p>	<p>wartawan dan efek apa yang aan terjadi.</p>	<p>akan di publish di media sosial dan keakuratan data sesuai faktanya.</p>

NO	JUDUL,NAMA PENULIS,TAHU N TERBIT	TUJUAN PENELITIAN	METODE PENELITIAN	HASIL PENELITIAN	PERBEDAAN	PERSAMAAN
		diberikan oleh penggunaan media sosial tersebut kepada wartawan Jawa Pos Radar Semarang (positif atau negatif)		berpedoman pada UU Pers dan Kode Etik Jurnalistik.		

Label 2. 1 Tabel Review Penelitian Sejenis

2.2 Kerangka Konseptual

2.2.1 Komunikasi

Komunikasi atau dalam bahasa Inggris communication berasal dari kata kata Latin *communicatio*, dan bersumber dari kata *communis* yang berarti sama. Sama disini berarti memiliki makna yang sama. Sehingga jika dua orang terlibat berkomunikasi dalam bentuk percakapan maka komunikasi akan terjadi atau berlangsung selama ada kesamaan makna mengenai apa yang disampaikan.

Menurut Carl I. Hovland, ilmu komunikasi adalah upaya untuk merumuskan secara tegas asas – asas penyampaian informasi serta pembentukan pendapat dan sikap. Definisi Hovland di atas menunjukkan bahwa yang dijadikan objek studi ilmu komunikasi bukan saja penyampaian informasi, melainkan juga pembentukan pendapat umum (*public opinion*) dan sikap publik (*public attitude*) yang dalam kehidupan sosial dan kehidupan politik memainkan peranan yang amat penting.

Bahkan dalam definisi Hovland mengatakan bahwa komunikasi adalah proses mengubah perilaku orang lain. Menurut Wursanto (2001:31), komunikasi adalah proses kegiatan pengoperan/penyampaian warta/berita/informasi yang mengandung arti dari satu pihak (seseorang atau tempat) kepada pihak (seseorang atau tempat) lain dalam usaha mendapatkan saling pengertian.

Komunikasi Massa

Komunikasi massa merupakan komunikasi yang terjadi tidak hanya dua orang namun komunikasi ini melibatkan orang banyak misalnya masyarakat, biasanya komunikasi ini terjadi dengan proses penyebarannya melalui media sosial atau platform digital lainnya dengan menghrapkan adanya suatu timbal balik.

Proses komunikasi massa lebih bersifat kompleks Jika dibandingkan dengan komunikasi lainnya. Pesan-pesan yang terdapat di dalam media massa akan lebih sulit dalam memilih siapa pembuatnya, atau siapa pihak yang bertanggung jawab dalam menangani hal tersebut. Yang menjadi ciri dalam komunikasi massa tak hanya sulitnya dalam memilih siapa yang bertanggung jawab dengan hal tersebut.

Komunikasi massa juga memiliki ciri yaitu komunikasi yang bersifat awam. sesuai dengan namanya, komunikasi massa, yang berarti jenis komunikasi yang dilakukan atau ditujukan kepada khalayak banyak, masyarakat awam secara luas. Pengertian media massa menurut para ahli :

Leksikon : Komunikasi, media massa adalah "sarana untuk menyampaikan pesan yang berhubungan langsung dengan masyarakat luas misalnya radio, televisi, dan surat kabar". Menurut Cangara, media adalah alat atau sarana yang digunakan untuk menyampaikan pesan dari komunikator kepada khalayak, sedangkan pengertian media massa sendiri alat yang digunakan dalam penyampaian pesan dari sumber kepada khalayak

dengan menggunakan alat-alat komunikasi seperti surat kabar, film, radio dan televisi (Canggara, 2010:123,126).

Effendy : media massa digunakan dalam komunikasi apabila komunikasi berjumlah banyak dan bertempat tinggal jauh. Media massa yang banyak digunakan dalam kehidupan sehari-hari umumnya adalah surat kabar, radio, televisi, dan film bioskop, yang beroperasi dalam bidang informasi, edukasi dan rekreasi, atau dalam istilah lain penerangan, pendidikan, dan hiburan. (2003:65)

Rakhmat : Media massa adalah faktor lingkungan yang mengubah perilaku khalayak melalui proses pelaziman klasik, pelaziman operan atau proses imitasi (belajar sosial). Dua fungsi dari media massa adalah media massa memenuhi kebutuhan akan fantasi dan informasi.

2.2.2 Media Massa

Media massa atau yang biasa dikenal dengan media jurnalistik, merupakan alat bantu utama dalam proses komunikasi massa, yang dimana komunikasi massa secara sederhana merupakan kegiatan komunikasi yang menggunakan media (*communicating with media*) (Prof.Dr. H. Asep Saeful Muhtadi, 2016)

Media massa menjadi sebuah media informasi yang tidak bisa dilepaskan dari kehidupan masyarakat sosial dalam mendapatkan berbagai informasi. Dalam hal ini media massa memiliki peran penting dalam perkembangan dan kemajuan pola pikir serta cara pandang dalam kehidupan masyarakat.. Tidak bisa hindari lagi bahwa media massa menjadi bagian yang sangat berperan penting bagi masyarakat sosial yang sangat erat kaitannya dengan informasi. Namun di sisi yang berbeda tidak bisa kita pungkiri bahwa banyak juga dari kalangan masyarakat tertentu yang bersikap apatis terhadap kehadiran media massa di tengah-tengah rutinitas masyarakat. Hal itu disebabkan karena ketidak seimbangan sebuah media massa dalam memberikan informasi dan pandangan kepada pihak tertentu. (Hendra, 2019)

1. Media cetak dan Visual

Pers dalam uu no. 40 tahun 1999 merupakan sebuah lembaga sosial dan wahana komunikasi massa yang melaksanakan kegiatan jurnalistik yang meliputi mencari, mendapatkan, memilih, menyimpan, mengolah, dan kemudian menyampaikan hasil olah tadi yang dikenal dengan informasi baik dalam bentuk tulisan, suara, gambar serta data dan grafik maupun dalam bentuk lainnya dengan menggunakan media cetak, media elektronik, dan segala saluran yang tersedia.

Sedangkan selain pers dapat dipahami sebagai sebuah kegiatan yang dilaksanakan di dalam mendapatkan sebuah informasi dari sebuah peristiwa di lapangan yang kemudian disebar dalam bentuk informasi yang tercetak. Dalam hal ini, secara umum pers memiliki fungsi sebagai berikut,

a. Memberikan informasi

Berfungsi sebagai pemberi informasi pers berkewajiban untuk memenuhi kebutuhan dan keingintahuan masyarakat luas tentang sebuah informasi. Untuk mewujudkan fungsi ini, pers menyajikan berbagai macam informasi baik itu bersumber dari fakta (baik dari apa saja yang ada maupun dari apa saja yang telah terjadi) yang penting dalam hal ini menarik bagi masyarakat luas.

b. Memberikan pendidikan

Sebagai pemberi pendidikan, pers harus bisa memberikan pendidikan politik, pendidikan moral, pendidikan hukum dan bahkan memberikan pengetahuan yang belum atau tidak diperoleh di lembaga-lembaga pendidikan. Hal itu terjadi karena informasi-informasi baru jauh lebih cepat diperoleh melalui media massa dari pada media lembaga pendidikan yang memerlukan sebuah proses dan waktu yang cukup lama.

c. Memberikan hiburan

Selain memberikan informasi pers mampu memberikan sebuah hiburan bagi masyarakat luas melalui pemberitaan yang bisa berupa informasi yang mengembirakan bagi masyarakat, seperti informasi kebijakan tentang

bantuan dana pendidikan, beasiswa dan informasi lainnya yang mampu memberikan hiburan kepada pembaca.

d. Melakukan control sosial

Salah satu lembaga yang mempunyai wewenang dan kekuatan besar dalam melakukan control sosial ialah pers. Banyak cara pers dalam melakukan control sosial, antara lain, pertama, memberitakan terkait dengan pelanggaran hokum yang dilakukan oleh suatu lembaga atau yang dilakukan seseorang. Kedua, memberitakan kesalahan pelaksanaan proyek pembangunan, ketiga, memberitakan kritikan yang dilakukan oleh seseorang atau suatu lembaga sosial tentang suatu kebijakan, keempat, bisa memberitakan terkait dengan perilaku yang dilakukan oleh seseorang yang merugikan pihak lain,

e. memberikan informasi atau memberitakan terkait dengan suatu kejanggalan yang terjadi atau ditemui di lapangan.

2. Media elektronik

Media elektronik adalah media yang menggunakan elektronik atau energi elektromekanik bagi pengguna akhir untuk mengakses kontennya. Istilah ini merupakan kontras dari media statis (terutama media cetak), yang meskipun sering dihasilkan secara elektronis tetapi tidak membutuhkan elektronik untuk diakses oleh pengguna akhir. Sumber media elektronik yang familiar bagi pengguna umum antara lain adalah rekaman video, rekaman audio, presentasi multimedia, dan konten daring. Media elektronik dapat berbentuk analog maupun digital, walaupun media baru pada umumnya berbentuk digital.

Jenis media elektronik ada beberapa macam media elektronik:

1. Televisi adalah salah satu perangkat media elektronik yang paling banyak digunakan karena waralaba dapat membayar iklan untuk ditayangkan kepada jutaan orang, sehingga mendatangkan lebih banyak bisnis bagi pemilik waralaba.
2. Radio itu serupa tetapi tidak memberikan visual kepada penonton, hanya suara. Metode media elektronik ini bisa efektif dan jauh lebih terjangkau daripada televisi tetapi tidak melibatkan pendengar sebanyak iklan visual.
3. Internet adalah salah satu perangkat media elektronik yang paling menguntungkan, dengan satu klik tombol iklan akan memenuhi halaman web dan pasti untuk menangkap beberapa pandangan sekilas

untuk sesama peselancar web. Ini tidak hanya menyebar melalui media elektronik tetapi dapat menguntungkan pencipta halaman web sepanjang waktu.

4. Toko memiliki media elektronik di banyak tempat, baik di papan reklame listrik atau layar ATM. Media elektronik pasti ada di mana-mana.

Kehadiran Internet telah mengubah cara berkomunikasi, cara mendapatkan berita dan informasi, serta cara membaca berita di media cetak, melihat gambar di majalah, mendengar radio, dan menonton program televisi. Media elektronik tidak mengubah mekanisme kerja para pelaku profesional yang bekerja pada media massa tetapi yang berubah hanya dalam penyampaian pesan yang sudah menggunakan digitalisasi. (Sucahya, 2013)

Teknologi komunikasi dalam media elektronik membuat produk komunikasi mempunyai standarisasi. Standarisasi produk yang dimaksud adalah adanya dampak tak terelakkan dari industrialisasi media, mekanisasi, urbanisasi, dan redistribusi pendapatan. Media yang ada telah berubah dari seni menjadi industri yang harus menggunakan teknik-teknik produksi massal. (Jensen, Peterson, & Rivers, 2003)

Media elektronik merupakan istilah yang digunakan untuk semua bentuk media komunikasi massa yang berbasis teknologi komunikasi dan teknologi informasi. Media elektronik yang memiliki ciri tersebut adalah yang menggunakan jaringan Internet yang berasal dari jaringan

kabel, telepon, dan satelit yang dihubungkan ke komputer secara langsung. (Vivian, 2008)

Ciri media elektronik berbasis internet adalah yang pertama, internet tidak hanya berkaitan dengan produksi dan distribusi pesan, tetapi juga dapat disetarakan dengan pengolahan, pertukaran, dan penyimpanan informasi berbasis digital. Kedua, media elektronik merupakan lembaga komunikasi publik dan privat, dan diatur (atau tidak) dengan layak oleh pemerintah maupun lembaga swasta. Ketiga, kinerja media elektronik tidak seteratur sebagaimana media massa yang profesional dan birokratis. (Denis, 2011)

Bentuk media elektronik seperti TV memiliki keunggulan dalam skala jangka panjang hampir sama dengan media cetak tetapi berbeda hanya pada penekanan pada bentuk gambar dan suara yang dapat didengar langsung oleh penonton atau penyimak yang sedang mendengarkan atau menonton TV. (Jahi, 1993)

Salah satu faktor utama pendukung media elektronik adalah kecanggihan dari teknologi melalui gelombang elektromagnetis maupun lewat kabel-kabel yang lebih mudah dan sederhana agar masyarakat mudah mengakses media tersebut. (Jurniawati, 2013)

Sistem pembelajaran pada zaman sekarang sudah sangat berbeda jauh dibanding dengan sistem belajar dahulu karena terdapat komponen-komponen yang menunjang untuk membantu berlangsungnya proses belajar mengajar seperti berbagai alat teknologi terbaru. Tujuan utama penggunaan

teknologi dalam sistem pembelajaran adalah untuk memudahkan dan mengefektifkan pembelajaran agar menjadi lebih baik dan lebih efisien serta memudahkan pelajar untuk mendapatkan ilmu pengetahuan yang lebih banyak lagi. (abustan & nawir, 2018)

3. Media Audio Visual

Perkembangan medium komunikasi mengalami proses yang bersifat cyclic, meskipun tidak persis berulang. Pada masa pra sejarah, orang menggunakan modus oral/auditory dan visual, secara langsung dan bersamaan ketika berkomunikasi.

Pada periode berikutnya orang mulai mengenal dan menggunakan medium komunikasi ketika mereka menorehkan goresan analog dari berbagai bentuk benda yang mereka lihat. Misalnya goresan berbentuk binatang yang ditorehkan pada batu di dalam gua, atau pahatan figur manusia pada batu candi.

Perubahan drastis terjadi ketika orang mulai menggunakan simbol dan kode tekstual untuk merepresentasikan pesan komunikasi. Komunikasi menjadi dibatasi secara kultural dimana simbol dan kode tersebut dikenal dan digunakan. Masa keemasan dari medium ini terjadi ketika mesin cetak banyak dipergunakan, sehingga media grafis seperti surat kabar, buku, poster, dan sebagainya dengan mudah didistribusikan lintas wilayah. Sampai dengan periode ini modus komunikasi didominasi oleh perangkat visual yang kita miliki.

Sebelum ditemukannya telepon, alat perekam suara, dan kemudian radio, jangkauan audio sebagai modus komunikasi sangat dibatasi oleh kemampuan orang berteriak di satu pihak dan kemampuan orang mendengar di pihak yang lain. Penggunaan corong atau penguat suara tradisional hanya membantu menambah puluhan meter jarak orang yang berkomunikasi.

Namun dengan ditemukannya telepon, alat perekam suara, dan radio, modus oral/auditory dapat ditransmisikan melintasi wilayah yang hampir tak terbatas jaraknya di dunia ini. Serupa dengan media grafis, penemuan alat perekam suara juga memungkinkan pesan audio digunakan lintas waktu.

Ketika gambar dan suara dapat direkam secara bersamaan (film, video), dan dapat ditransmisikan (televisi), maka kita seolah kembali ke masa dimana orang berkomunikasi dengan modus oral/auditory dan visual, secara langsung dan bersamaan. Hanya saja modus tersebut kini dapat dilakukan lintas ruang dan lintas waktu.

Perkembangan teknologi komunikasi yang sangat pesat telah mengembalikan komunikasi audiovisual sebagai modus komunikasi terpenting masa kini. Konsekuensi dari fenomena ini adalah ketersediaan media komunikasi audiovisual yang dapat melayani kebutuhan komunikasi mutakhir manusia.

Karakteristik Media Audiovisual

Perkembangan medium audiovisual dari sejak terciptanya hingga ditemukannya teknologi layar panel LCD sekarang ini, tak lepas dari kontribusi munculnya media perekam visual yaitu kamera foto. Dunia audiovisual pada awal ditemukannya mengadopsi cara kerja mesin fotografi merekam gambar.

Perbedaannya ialah jika fotografi hanya merekam 1 frame gambar diam dalam satu detik, media audiovisual merekam sekaligus runtutan gambar diam (25-30 frame per detik) sehingga jika runtutan gambar tersebut dilihat berurut dan diproyeksikan dengan cepat maka akan tampak sebagai gambar gerak atau gambar hidup. Mengapa demikian? Karena teknologi audiovisual pada prinsipnya memanfaatkan ilusi optik manusia yang dalam kenyataannya tak mampu merekam kesan visual dengan cepat apa yang terlihat sepintas.

Boleh jadi jika runtutan gambar tersebut dilihat tidak secara cepat, kita akan melihatnya sebagai gambar gerak patah-patah, itulah sebabnya pada film-film kuno abad pertama kali film diciptakan, gerakannya tidak ritmis dan relatif cepat. Hal tersebut terjadi karena awalnya mesin cinematograph hanya mampu merekam 18 frame per detik.

Mesin perekam gambar semakin disempurnakan dengan teknologi listrik yang lebih konstan dalam merekam dan memproyeksikan gambar

sehingga tidak lagi 18 frame per detik, namun sudah mampu merekam 25 frame per detik (PAL) dan 29 frame per detik (NTSC) sehingga ilusi gambar lebih halus, tampak nyata, dan digabung dengan ilustrasi musik untuk membangun suasana.

Sebagai salah satu bentuk media komunikasi massa, media audiovisual yang paling populer adalah film dan televisi. Meskipun demikian, kita umumnya mengenal kedua jenis medium tersebut sebagai end-user atau konsumen dari film dan televisi. Sesuai dengan karakter keduanya sebagai media komunikasi massa maka pesan yang dibawa kedua jenis medium itu berasal dari satu pihak yang ditujukan kepada khalayak massa (one to many).

Film adalah medium yang banyak dipakai untuk membuat berbagai program audiovisual, dari mulai film bioskop sampai dengan iklan televisi. Menurut Jim Stinson (2002: 10), film merupakan produk medium audiovisual yang baik karena beberapa hal:

- 1) Peralatan film relatif portable, sehingga lokasi produksi film lebih praktis untuk ditentukan.
- 2) Kemampuan film untuk mereproduksi gambar atau images dalam format hitam-putih atau berwarna sangat tinggi.
- 3) Gambar dan suara direkam pada jalur yang terpisah dalam film, sehingga memberikan peluang yang sangat luas untuk melakukan improvisasi dalam editing.

Lebih lanjut Stinson mengemukakan, bahwa televisi adalah medium yang digunakan untuk menyiarkan (broadcasting) berbagai program yang sedang berlangsung di studio (live atau siaran langsung), atau program-program lain yang telah diproduksi sebelumnya dalam bentuk film atau videotape. Pada awalnya, televisi bukan merupakan medium yang ideal karena:

- 1) Peralatannya sangat berat, rumit, dan bertautan satu dengan yang lainnya dalam jaringan kabel dengan sistem kendalinya.
- 2) Kualitas gambarnya sangat rendah dibanding film, dan kemampuannya untuk menginterpretasi (render) bayangan abu-abu dari hitam ke putih sangat terbatas.
- 3) Tidak dapat direkam untuk diedit kemudian, kecuali dengan merekam sinyal siaran langsung ke film, dan cara seperti ini semakin menurunkan kualitas gambar.

Seiring dengan popularitas televisi yang meningkat pesat, banyak persoalan produksi program televisi yang dapat ditemukan solusinya. Ukuran kamera menjadi semakin kecil dan portable, bahkan kini jauh lebih ringkas daripada kamera film, fitur kamera (gambar dan suara) yang semakin lengkap dan terintegrasi sehingga mengatasi kerumitan jaringan kabel.

4. Media Internet atau *Online*

Media *online*, saat ini banyak digemari hampir seluruh kalangan baik dewasa, remaja ataupun anak – anak. Beberapa contoh penggunaan media *online* ini misalnya ketika berada diluar rumah an tidak bisa menonton televisi disanalah peran media *online* berfungsi sehingga kedudukan atau posisinya menjadi penting untuk masyarakat. Tak hanya itu, bagi remaja dapat dimanfaatkan untuk mencari informasi dunia perkuliahan, calon mahasiswa akan mencari informasi mengenai universitas yang diminatinya melalui website. Media sosial berada di posisi tertinggi dalam kehidupan masyarakat karena sering digunakan ketika berkomunikasi dan digunakan oleh seluruh kalangan. Selain untuk berkomunikasi biasa media sosial digunakan juga untuk berbisnis *online*. (Nur, 2021)

Menurut Khotimah (2018) bahwa sama halnya dengan media massa, media sosial juga memiliki dampak kepada masyarakat yang merupakan hasil dari peran media sosial, antara lain;

1. Dampak positif yakni mempererat silaturahmi, menyediakan ruang untuk berpesan positif seperti melakukan dakwah agama, mengakrabkan hubungan pertemanan di kala seseorang malu berteman di dunia nyata, menyediakan informasi yang tepat dan akurat seperti informasi lowongan pekerjaan, beasiswa dan sebagainya, menambah wawasan dan pengetahuan seperti pengetahuan praktisi.

2. Dampak negatif yaitu penipuan, menimbulkan rasa malas belajar, pornografi, bebas berbahasa. Media memiliki posisi yang penting dalam kehidupan masyarakat. Setiap jenis media memiliki khalayak yang setia. Media yang dominan membahas berita sering dimanfaatkan oleh orang dewasa. Media yang lebih dominan membahas informasi dan hiburan memiliki posisi yang penting di kalangan ibu-ibu, remaja serta anak-anak. Media *online* memiliki khalayak yang netral dari kalangan dewasa hingga anak-anak. Peran media dalam kehidupan sehari-hari yakni sebagai komunikator serta agent of change dan sarana interaksi. Media memiliki peran yang sangat penting sehingga posisi media massa pun menjadi penting dalam masyarakat. Sebagai bentuk dari pentingnya media dapat dilihat dari pengaruh yang dirasakan oleh khalayak, dari aspek kognitif, afektif, hingga konatif dari media massa dan dampak positif negatif dari media sosial. Walaupun posisi dan peran media sangat penting akan tetapi masyarakat juga harus berhati-hati dengan media mengingat bahwa sifat media yang begitu fleksibel. Nilai negatif atas peranan media di Indonesia bisa saja terjadi baik dari media massa ataupun media sosial, sehingga perlu adanya perhatian dari setiap pihak, baik dari pengelola media hingga masyarakat itu sendiri. Keikutsertaan beberapa pihak dalam memperhatikan media diharapkan dapat menyaring hal-hal negatif yang mungkin dapat terjadi.

2.2.3 Media Baru

Media baru (bahasa Inggris: *new media*) merupakan sebuah terminologi untuk menjelaskan konvergensi antara teknologi komunikasi digital yang terkomputerisasi serta terhubung ke dalam jaringan. Contoh dari media yang sangat merepresentasikan media baru adalah Internet. Program televisi, film, majalah, buku, surat kabar.

Pengertian

Menurut Marshall McLuhan media baru atau *new media* adalah perkembangan teknologi komunikasi yang dalam sejarahnya telah memperluas jangkauan komunikasi manusia. Disisi lain, McLuhan menggunakan istilah media baru untuk mengartikan sesuatu yang sangat mirip dengan yang dimaksudkan saat ini. Sejak zaman McLuhan, istilah media baru muncul dan bertahan serta mempunyai banyak definisi yang bisa disesuaikan dengan konteks penggunaannya.

Pada buku *Encyclopedia of New Media* (2003), tidak ada satupun jawaban pasti mengenai definisi media baru bahkan media lama atau tradisional pernah juga disebut media baru, tetapi media baru sendiri secara konsisten terus berubah dan berkembang.

Ronal Rice (1984) mendefinisikan media baru sebagai teknologi komunikasi yang memfasilitasi dan memungkinkan untuk terjadinya interaktivitas antara pengguna dan informasi. Interaktivitas sendiri pun sebagian besarnya merupakan karakteristik dari media baru.

Saat ini, media baru dipahami sebagai istilah yang memayungi penjelasan mengenai kondisi teknologi digital dan internet teraktual, dan dampaknya terhadap budaya di sekitarnya (dapat disebut revolusi digital).

2.2.3.1 Sejarah

Istilah media baru sudah diperkenalkan sejak tahun 1969 dan Marshall McLuhan menjadi salah satu tokoh yang berperan dalam memperkenalkan istilah tersebut. Menurut McLuhan, media baru merupakan perkembangan teknologi komunikasi yang berperan dalam memperluas jangkauan komunikasi manusia, sehingga dapat disimpulkan bahwa istilah media baru tidak berujuk pada suatu teknologi yang spesifik. McLuhan juga menyatakan terkait media baru bahwa teknologi komunikasi yang baru dapat menghasilkan efek budaya yang luas, sulit diprediksi, mengganggu, dan mengubah dinamika hubungan manusia.

Dalam buku *Encyclopedia of New Media* (2003), tidak ada definisi spesifik media baru (Jones, 2003) Sehingga media baru pun terus berubah dan berkembang seiring berjalannya waktu. Salah satu perkembangan media baru yang pesat adalah pada saat terjadinya digitalisasi. Kemunculan internet sangat berperan dalam hubungan digitalisasi dengan media baru. Septiawan Santana Kurnia dalam bukunya yang berjudul *Jurnalisme Kontemporer* (2005), mengemukakan bahwa internet merupakan medium yang mampu mengkonvergensi seluruh karakteristik media dari bentuk-bentuk yang terdahulu, yang berfokus pada proses komunikasi. Bila dikaitkan dengan perkembangan media baru, kemunculan internet berperan dalam melahirkan media *online* yang sempat *booming*, seperti *Chicago*

Online yang merupakan koran *online* pertama di Amerika Serikat yang diluncurkan oleh surat kabar *Chicago Tribune* (Kurnia, 2005)

Selain McLuhan, pada tahun 1984, Ronal Rice pun mendefinisikan media baru sebagai teknologi komunikasi yang memungkinkan untuk terjadinya interaktifitas antar penguuna dan antara pengguna dan informasi. Bila dikaitkan dengan media saat ini, interaktifitas merupakan karakteristik dari sebagian besar media, khususnya media yang beroperasi secara daring. Perkembangan ini memunculkan model komunikasi massa yang sebelumnya berupas satu komunikator ke banyak komunikan (*one to many communication*) menjadi banyak komunikator ke banyak komunikan (*many to many communication*). Tidak hanya media yang dapat menyebarluaskan informasi untuk dikonsumsi oleh masyarakat, akan tetapi setiap individu dapat menyebarkan informasi baik dengan bentuk teks, suara, gambar, ataupun video untuk dikonsumsi oleh masyarakat.

Media baru berguna untuk menjelaskan kemunculan media yang bersifat digital, berjaringan, dan terkomputerisasi yang merupakan efek dari perkembangan teknologi informasi dan komunikasi. Istilah media baru dapat digunakan untuk menjelaskan penjelasan terkait kondisi teknologi dan internet teraktual srta dampaknya terhadap budaya. Jaringan dari media baru pun mampu memungkinkan penggunaanya untuk mengakses informasi kapan saja dan di mana saja. Para pengguna pun dapat berinteraksi dengan media ataupun pengguna lain dengan umpan balik (*feedback*) yang diberikan. Konten-konten informasi yang dapat dibuat tidak hanya oleh media, tetapi para penggunaanya pun dapat dijelaskan dengan media baru, di mana media baru bersifat bebas. Tidak lagi hanya media yang

memegang kendali penuh atas informasi yang tersebar, tetapi khalayak pun turut memegang kendali atas distribusi dan konsumsi konten dalam media baru.

2.2.3.2 Dimensi interaktivitas

Dimensi ini digunakan untuk mengklarifikasi media, yaitu:

1. Dimensi kompleksitas dari pilihan yang tersedia. Maksudnya adalah berapa banyak pilihan yang dimiliki khalayak dalam segi isi informasi dan waktu yang bias digunakan untuk mengaksesnya.
2. Dimensi besaran usaha yang harus dikeluarkan oleh khalayak untuk dapat menerima pesan dari media yang bersangkutan. Dengan kata lain, bagaimana perbandingan aktivitas yang dilakukan khalayak dengan aktivitas yang dibuat media.
3. Dimensi tingkat respon media terhadap khalayaknya. Maksudnya adalah seberapa aktif sebuah media dapat merespon umpan balik yang diberikan khalayaknya. Media dengan tingkat interaktivitas yang tinggi menanggapi umpan balik yang diberikan oleh khalayaknya dengan cepat. Dalam kondisi tertentu, media dengan tingkat interaktivitas yang tinggi dapat melakukan interaksi dengan khalayaknya seakan-akan melakukan percakapan langsung.
4. Dimensi kemampuan untuk mengawasi pengguna informasi oleh khalayaknya. Media dengan tingkat interaktivitas yang tinggi dapat memantau perilaku khalayak dalam menerima pesannya, kemudian

menyesuaikan sistemnya berdasarkan umpan balik yang dihasilkan dari analisis perilaku tersebut.

5. Dimensi kemudahan dalam menambah informasi baru. Maksudnya adalah seberapa mudah khalayak dapat turut menyediakan dan menyebarkan pesan kepada khalayak lain. Berdasarkan kriteria ini, siaran televisi memiliki interaktivitas rendah, sedangkan media *online* memiliki tingkat interaktivitas yang sangat tinggi.
6. Dimensi kemampuan memfasilitasi komunikasi internet. Maksudnya adalah seberapa mudah interaksi terjadi antar khalayak dapat terjadi

2.2.3.3 Tujuan dan manfaat

Tujuan dari media baru adalah untuk mengkonstruksi realitas yang direkayasa oleh sebuah media demi mendapatkan keuntungan secara finansial dari orang-orang yang menggunakan segala komoditi yang ditawarkan oleh media tersebut. Selain itu ada beberapa manfaat yang didapat dari penggunaan media baru:

1. Media baru dapat diibaratkan sebagai sumber informasi sehingga manfaat ini dapat dirasakan oleh pelajar ataupun mahasiswa, Dengan adanya media baru akan mempermudah mereka dalam mengakses informasi yang akan mereka cari, selain itu penggunaan media baru mempermudah mereka dalam mendapatkan *ebook* atau jurnal *online*.
2. Media baru sangat membantu seseorang dalam menyelesaikan pekerjaan secara cepat, adanya media surat elektronik maka akan mempermudah

seseorang dalam bertukar informasi tanpa harus bertatap muka terlebih dahulu.

3. Kemunculan media baru juga dibarengi dengan kemunculan jejaring sosial yang dapat menghubungkan satu individu dengan individu lainnya walaupun mereka tidak berada dalam satu lokasi yang sama. Contohnya: Facebook, Twitter, Instagram, dll.
4. Media baru dapat digunakan sebagai tempat untuk berbisnis daring.
5. Media baru digunakan untuk mencari pekerjaan. Hal ini akan mempermudah para pencari kerja untuk mendapatkan pekerjaan tanpa harus mendatangi suatu perusahaan, bahkan sekarang bisa melakukan tes masuk perusahaan secara *online*.
6. Adanya fitur realitas virtual (*virtual reality*) membuat seseorang dapat merasakan sesuatu seperti di kenyataan, seperti misalnya permainan yang menggunakan realitas virtual maka permainan tersebut akan lebih terasa nyata dibandingkan dengan permainan pada umumnya.

2.2.3.4 Karakteristik

Karakteristik media baru:

1. Jaringan (*network*): Karakteristik yang memiliki arti jaringan memiliki fungsi sebagai alat penghubung satu dengan yang lain dalam lingkup yang sempit, maupun luas. Sehingga, sebagai pengguna dapat dengan mudah terhubung satu sama lain dalam cangkupan yang tidak terbatas.
2. Interaktivitas: Karakteristik yang berarti interaktivitas menandakan bahwa pengguna secara aktif dapat terlibat dengan melakukan proses secara langsung pada media, sehingga dapat dikatakan sebagai pengontrol.
3. Digital: Karakteristik media digital merupakan peralihan dari media analog. Media digital lebih modern yang mengubah data menjadi angka tanpa perlu mengubah menjadi objek fisik terlebih dahulu, misalnya gambar, teks, suara, dan teks. Kegunaan digital untuk mempermudah dan mempercepat dalam mengakses data.
4. Hipertekstual: Merupakan tautan berbentuk teks yang menyediakan jaringan untuk dapat terhubung dengan teks lain. Media baru menggunakan hiperteks untuk mempermudah pengguna untuk mencari informasi yang sama atau berkaitan secara cepat, sehingga dapat mengakses informasi lebih banyak.
5. Virtual: Media baru menggambarkan sesuatu yang nyata menjadi virtual. Virtual diartikan sebagai fitur budaya *postmodern*, sehingga masyarakat

sudah maju secara teknologi karena memiliki aspek pengalaman sehari-hari yang disimulasikan secara teknologi.

6. Simulasi: Media baru mengatakan simulasi sebagai imitasi dan representasi. Simulasi dapat menghadirkan proses tiruan terhadap objek atau peristiwa tertentu atau dalam hal ini dunia nyata direpresentasikan dalam dunia maya dan difasilitasi oleh teknologi yang digunakan. Contoh

Contoh dari media baru adalah internet (Lister, Dovey, Grant, & K, 2009)

Internet semakin berkembang pada zaman yang semakin maju. Internet juga memiliki keenam karakteristik dalam media baru yang ditunjukkan melalui kemudahan mengakses informasi dalam berbagai layanan dengan jangkauan yang sangat luas.

Misalnya, salah satu website berita daring yaitu <https://www.liputan6.com/> (R, 2013)

Pengguna dapat mengakses segala informasi dalam berbagai bidang secara mudah setiap harinya hanya dalam satu kali klik.

Bahkan, apabila dianalisis menggunakan keenam karakteristik media baru, website berita daring liputan6.com memiliki karakteristik tersebut.

1. Jaringan (*Network*): Liputan6.com tersambung dengan facebook, twitter, dan google sehingga pengguna dapat *sharing* informasi tersebut.
2. Interaktivitas (*Interactivity*): Pengguna dapat meninggalkan komentar pada kolom bawah setelah artikel.

3. Digital: Terdapat foto, video, dan teks yang dapat diakses secara langsung, bahkan dapat langsung disimpan oleh pengguna.
4. Hipertekstual (*Hypertextual*): Terdapat kolom *search* dan *tag* untuk memudahkan pengguna mengakses artikel sesuai keinginan.
5. Virtual: Beberapa artikel dilengkapi video. Bahkan terdapat menu tersendiri dari *streaming* dari beberapa stasiun televisi.
6. Simulasi (*Simulated*): Terdapat beberapa video dalam menu video yang menampilkan kejadian dari peristiwa atau reka kejadian dari suatu peristiwa.

2.2.4 Media Sosial

Media Sosial menjadi salah satu media yang menjadi kebutuhan rimer dikalangan masyarakat, seiring berkembangnya teknologi kini masyarakat mulai ketergantungan dengan kehadiran media sosial sesuai yang dikatakan Thomas L. Friedman (2007) sebagai *The world is flat* bahwa dunia semain rata dan setiap orang dapat mengakses dimanapun dan dari sumber apa pun.

Jika secara mudahnya, media merupakan alat komunikasi atau jembatan antara manusia dengan manusia lain sesuai yang dengan definisi yang diketahui selama ini (Laughey, 2007) (D.McQuail, 2003). Terlepas dari cara pandangnya melihat media dari bentuk dan teknologinya pengungkapan kata “media” bisa dipahami dengan melihat dari proses komunikasi itu sendiri. Proses terjadinya komunikasi memerlukan tiga hal , yaitu objek, organ, dan medium. Saat menyaksikan.

Dilihat dari fakta dan pengertian antara media dengan sosial terdapat keterikatan, yang dimana media sosial merupakan platform digital penyebaran informasi dengan melibatkan *audience* untuk saling berinteraksi dengan siapapun meskipun dengan jarak yang jauh.

Sehingga bisa dikatakan bahwa keberadaan media sosial pada dasarnya merupakan bentuk yang tidak jauh berbeda dengan keberadaan dan cara kerja komputer. Tiga bentuk bersosial, misalnya pengenalan, komunikasi dan kerja sama bisa dianalogikan dengan cara kerja komputer yang juga membentuk sebuah sistem sebagaimana adanya sistem diantara individu dan masyarakat.

Media sosial merupakan salah satu fasilitas digital yang dapat dijadikan alternatif untuk menyebarkan informasi secara cepat. Apalagi di jaman modern ini, teknologi semakin berkembang dengan pesat, hampir seluruh masyarakat Indonesia menggunakan media sosial sebagai alat komunikasi mereka untuk berhubungan dengan kerabatnya yang sangat jauh. Pengertian media sosial menurut para ahli :

B.K. Lewis (2010) : B.K. Lewis dalam karyanya yang berjudul *Social Media and Strategic Communication Attitudes and Perceptions among College Students* yang terbit pada tahun 2010 menyatakan, bahwa media sosial merupakan suatu label yang merujuk pada teknologi digital yang berpotensi membuat semua orang untuk saling terhubung dan melakukan interaksi, produksi dan berbagi pesan.

Chris Brogan (2010) : pada tahun 2010, Chris Brogan dalam bukunya yang berjudul *Social Media 101: Tactics and Tips to Develop Your Business*, menyebutkan bahwa media sosial adalah suatu perangkat alat komunikasi yang memuat berbagai kemungkinan untuk terciptanya bentuk interaksi gaya baru.

Dave Kerpen (2011) : Sementara itu, Dave Kerpen dalam bukunya yang bertajuk *Likeable Social Media* yang terbit pada tahun 2011 mengemukakan bahwa media sosial memiliki definisi sebagai suatu tempat kumpulan gambar, video, tulisan hingga hubungan interaksi dalam jaringan, baik itu antar individu maupun antar kelompok seperti organisasi.

Selain untuk berkomunikasi media sosial juga dapat dijadikan sebagai alat untuk menyebarkan informasi, dan alat untuk berbisnis, karena penggunaan media sosial ini terhitung lebih cepat menyebarnya dibandingkan hanya menggunakan media cetak.

2.2.5 Jenis – Jenis Media Sosial

Jenis-jenis Media Sosial Dalam buku yang berjudul *Media Sosial* (Nasrullah, 2015:39) ada enam kategori besar media sosial.

1. Social Networking

Social networking merupakan sarana yang dapat digunakan untuk melakukan interaksi, termasuk efek yang dihasilkan

dari interaksi tersebut di dunia virtual. Karakter utama dari situs jejaring sosial yaitu pengguna membentuk jaringan pertemanan baru. Dalam banyak kasus, terbentuknya jaringan pertemanan baru ini berdasarkan pada ketertarikan dengan hal yang sama, seperti kesamaan hobi. Contoh dari jaringan sosial adalah Facebook dan Instagram.

2. Blog

Blog adalah media sosial yang memfasilitasi pengguna untuk mengunggah kegiatan sehari-hari, memberikan komentar dan berbagi dengan pengguna lain, seperti berbagi tautan web, informasi, dan sebagainya.

3. Microblogging

Microblogging adalah jenis media sosial yang memfasilitasi pengguna untuk menulis dan mengunggah kegiatan serta pendapatnya. Secara historis, kehadiran jenis media sosial ini merujuk pada munculnya Twitter yang hanya menyediakan ruang tertentu yaitu maksimal 140 karakter.

4. Media Sharing

Media sosial ini memungkinkan pengguna untuk berbagi dan menyimpan media, seperti dokumen, video, audio, gambar secara *online*. Contoh dari media sosial ini yaitu Youtube, Flickr, Photo-bucket, atau Snapfish.

5. Social Bookmarking

Social Bookmarking atau Penanda sosial yaitu media sosial yang bekerja untuk mengorganisasi, menyimpan, mengelola, dan juga mencari suatu informasi atau berita secara *online*. Situs social bookmarking yang populer yaitu Delicious.com, StumbleUpon.com, Digg.com, Reddit.com, di Indonesia sendiri yaitu LintasMe.

6. WikiWiki atau media konten bersamamerupakan sebuah situs di mana kontennya merupakan hasil dari kolaborasi para pengguna. Setiap pengguna web dapat mengubah atau menyunting sebuah konten yang sudah dipublikasi.

2.2.5.1 Instagram

Salah satu media sosial yang digunakan untuk menyebarkan informasi melalui instagram. Karena di era digitalisasi saat ini instagram menjadi tempat untuk mengapresiasi jati diri, sehingga remaja banyak menggunakan media sosial instagram.

Dalam instagram terdapat beberapa fitur yang bisa digunakan mulai dari story instagram hingga feeds instagram namun seiring perkembangan waktu instagram kini memiliki fitur baru yaitu reels. Dengan adanya fitur baru ini masyarakat semakin berantusias untuk mempostng video dengan durasi lebih panjang.

Hal ini dapat dimanfaatkan oleh berbagai macam instansi dan komunitas- komunitas lain untuk mengunggah misalnya video *company profile* dan beberapa kegiatan yang dilakukan oleh lembaga tersebut.

Dengan keberadaan media sosial instagram sangat mempengaruhi segala bidang yang ada. Seperti instansi pemerintahan hingga lembaga pendidikan, karena hampir semua lembaga membuat akun instagram. Dengan adanya instagram, masyarakat sangat terbantu karena ada wadah untuk saling membagikan informasi, bertukar pikiran, dan mencari kebutuhan informasi yang sulit ditemukan. Dengan banyaknya akun-akun instagram yang memberikan informasi mengenai dunia pendidikan di Indonesia, maka seluruh instansi berlomba lomba untuk memberikan informasi yang menarik dan aktual

2.2.5.2 Dokumentasi dan Publikasi

Setelah mengenal dunia digital kini segala akses pemberian informasi lebih mudah didapatkan. Apalagi saat ini segala sesuatu perlu di dokumentasi sebagai bukti bahwa telah berkegiatan. Sebagai *public relation/humas* yang berhubungan dengan masyarakat mengharuskan menyampaikan informasi atau mempublikasikan informasi dengan akurat sehingga tidak membuat penilaian masyarakat menjadi negatif.

Menurut Sugiyono (2018:476) dokumentasi adalah suatu cara yang digunakan untuk memperoleh data dan informasi dalam bentuk buku, arsip, dokumen, tulisan angka dan gambar yang berupa laporan serta keterangan yang dapat mendukung penelitian.

2.2.6 Jurnalistik

Istilah jurnalistik berasal dari bahasa Belanda *Journaalistiek*. Seperti halnya dengan istilah bahasa Inggris *journalism* yang bersumber pada perkataan *Journal*, ini merupakan terjemahan dari bahasa Latin *diurna* yang berarti “harian” atau setiap hari. (Prof.Drs.Onong Uchjana Effendy, 2017)

Dari berbagai literatur dapat dikaji definisi jurnalistik yang jumlahnya begitu banyak, tetapi semuanya berkisar pada pengertian bahwa jurnalistik merupakan suatu kegiatan mencari, mengolah, menulis dan menyebarkan informasi kepada publik melalui media massa.

Menurut Haris Sumadira Pengertian secara teknis, jurnalistik adalah kegiatan menyiapkan, mencari, mengumpulkan, mengolah, menyajikan dan menyebarkan berita melalui media berkala kepada khalayak seluas – luasnya dengan secepat cepatnya.

Jurnalistik telah melawati perjalanan yang cukup panjang, berawal dari kegiatan pemasangan pamflet untuk keperluan penyampaian berita secara sederhana, sampai pada suatu lembaga pendidikan jurnalistik. Untuk pertama

kalinya, secara akademis, jurnalistik muncul di universitas Basel, Swiss pada 1884 dengan nama *zeitungskunde*.

Sebagai ilmu yang semakin mandiri dan kaya dengan teori, jurnalistik terus berkembang. Berbagai karya ilmiah yang didasarkan pada penelitian – penelitian empiris dengan mengangkat tema – tema sosial yang berhubungan dengan gejala persurat kabaran mulai bermunculan. sampai pada 1928, tercatat sekitar 500 buah disertasi mengenai persuratkabar. Dengan demikian, sebutan *zeitungswissenschaft* memiliki arti “ ilmu persuratkabaran”.

Jurnalistik mulai memasuki dunia perguruan tinggi setelah Indonesia merdeka. Jurnalistik dikaji dengan melibatkan berbagai disiplin ilmu yang terkait sehingga secara formal, dari sisi kelembanggaan, ilmu itu ditempatkan pada fakultas yang berbeda – beda. Pada 1950-an mulai dibuka jurusan publistik Fakultas Hukum Universitas Indonesia, Jakarta. Di Bandung

Bahasa jurnalistik – disebut juga bahasa media, bahasa jurnalistik, bahasa surat kabar, atau bahasa jurnalistik – adalah gaya bahasa yang digunakan jurnalis dalam menulis berita, yang bercirikan singkat, padat, sederhana, jelas, lugas, dan menarik. Pakar bahasa Indonesia Jus Badudu berpendapat, bahasa jurnalistik harus sederhana, mudah dipahami, terorganisir dan efektif. Singkatnya: bahasa jurnalistik adalah ekonomi kata, pemilihan kata dan kalimat ringkas dengan ruang dan durasi terbatas, termasuk menghindari kata-kata yang membosankan dan tidak perlu. Langsung: menggunakan kata/frasa denominatif, tegas, tegas dan langsung pada intinya (*straight to the point*), yaitu. tidak lama.

Bentuk-bentuk Digital Journalistik

Jenis digital jurnalistik dapat diidentifikasi dalam dua bidang. Domain awal berkisar dari situs yang berfokus pada konten editorial hingga situs berdasarkan koneksi publik. Domain kedua ditampilkan berdasarkan tingkat partisipasi yang ditawarkan oleh situs berita yang bersangkutan. Empat jenis digital jurnalistik adalah:

1. *Mainstream News Sites*. Contoh website digital jurnalistik jenis ini adalah Detik.com, Astaga.com, dan halaman surat kabar lainnya. Jenis situs ini menyediakan informasi dan konten berita faktual dengan komunikasi partisipatif tingkat rendah.
2. *Index and Category Sites*. Jenis digital jurnalistik ini sering dikaitkan dengan situs mesin pencari. Jenis digital jurnalistik ini memberi pemirsa berbagai tautan di World Wide Web. Contohnya adalah situs Google, Altavista, dan Yahoo.
3. *Meta and Comment Sites*. Jenis digital jurnalistik, situs web tentang media berita dan isu-isu media pada umumnya, kadang-kadang disebut atau dikaitkan dengan pengawas media.
4. *Share and Discussion Sites*. Jenis digital jurnalistik ini termasuk website yang memanfaatkan potensi teknologi internet sebagai forum dan sebagai sarana bertukar pikiran, cerita, dll. Tingkat keterlibatan audiens untuk jenis digital jurnalistik ini sangat tinggi. Misalnya situs Indymedia dan Slashdot, atau Kaskus dan Detik Forum.

Produk Jurnalistik : Karya Jurnalistik

Secara umum produk atau karya jurnalistik merupakan

1. Berita (Berita)

Berita merupakan laporan suatu peristiwa. Tulisan opini adalah tulisan yang memuat opini, penilaian, pemikiran, atau analisis mengenai suatu topik atau peristiwa.

2. Feature

Feature adalah tulisan yang memadukan fakta dan opini, atau tulisan khas ala karya sastra seperti cerpen atau novel.

3. Opini (Pandangan).

Foto dan video termasuk dalam produk jurnalistik jika berupa foto jurnalistik dan video jurnalistik. Jenis berita meliputi berita keras, berita opini, berita interpretatif, dll. Jenis opini mencakup artikel, editorial/judul, kolom, kartun, opini, esai, sains populer) Fitur mencakup saran, catatan perjalanan, biografi, profil, ulasan, dll.

Penanganan berita: Proses produksi berita

1. Perencanaan berita
2. Perburuan/pengumpulan berita
3. Penulisan berita
4. Penyuntingan berita
5. Penerbitan

6. Proses jurnalistik pada praktiknya adalah perencanaan berita (misalnya rapat redaksi), peliputan peristiwa (termasuk wawancara), penulisan naskah berita, penyuntingan dan penerbitan di media massa.

Manajemen Redaksi

1. Pemimpin Redaksi/Pemimpin
2. Redaksi (wakil editor bila perlu)
3. Direktur Pelaksana/Pemimpin Redaksi (wakil direktur bila perlu)
4. Reporter/Editor (bertanggung jawab atas kolom) Editor dan fotografer
5. Koresponden/ Asisten (termasuk penulis dan kolumnis).

Proses pelaporan adalah bagian dari manajemen editorial. Pimpinan redaksi terdiri dari pemimpin redaksi dan asisten. Mereka semua disebut reporter, ada editor dengan hierarki pemimpin redaksi, asisten editor, editor, koordinator liputan, editor, fotografer (fotografer), koresponden (redaksi regional) dan asisten, yaitu editor lepas yang dibayar per artikel alias tidak dibayar bulanan sebagai koresponden s.d. pemimpin Redaksi

Media Surat Kabar: Jenis-Jenis Media

1. Media Cetak
2. Media Elektronik (Media Elektronik)
3. Media Siber

Hasil proses jurnalistik atau karya jurnalistik dipublikasikan melalui media yang terbagi menjadi tiga jenis. Percetakan terdiri dari surat kabar (surat kabar,

terbitan harian), majalah dan tabloid. Media elektronik terdiri dari radio, televisi dan film.

2.3 Kerangka Teoritis

2.3.1 Teori dependency

Dalam studi komunikasi, teori dependency, juga dikenal sebagai teori ketergantungan media, mengeksplorasi bagaimana pandangan, sikap, dan tindakan seseorang dipengaruhi oleh ketergantungan mereka pada media. Teori ini dikembangkan pada akhir 1970-an oleh Sandra Ball-Rokeach dan Melvin DeFleur dan menjelaskan bahwa bagaimana orang memahami dan menanggapi pesan media dipengaruhi oleh ketergantungan mereka pada media.

Ketika seseorang terlalu bergantung pada media untuk mendapatkan informasi yang mereka butuhkan dalam kehidupan sehari-hari, istilah "ketergantungan media" digunakan untuk menggambarkan tingkat ketergantungan yang mereka miliki pada media, yang dapat berupa kebutuhan untuk informasi seperti berita, hiburan, pendidikan, atau informasi sosial. Cara seseorang memproses informasi, membentuk sikap, dan membuat keputusan.

Teori ini menyatakan bahwa tingkat kebutuhan informasi seseorang dipengaruhi oleh ketergantungannya pada media. Semakin tinggi kebutuhan seseorang untuk informasi tentang suatu masalah, semakin bergantungnya pada media yang menyediakan informasi tersebut. Fungsi media adalah sebagai sumber utama informasi yang dibutuhkan individu. Ketergantungan pada media menjadi lebih penting dalam situasi di mana informasi sangat penting, seperti saat krisis atau pemilihan politik.

Orang-orang yang sangat membutuhkan informasi, misalnya, mereka yang membuat keputusan penting, akan lebih bergantung pada media. Mereka mungkin membutuhkan keterlibatan dalam kehidupan sosial dan politik atau pemahaman tentang dunia di sekitar mereka. Seberapa andal

orang menganggap media juga, menentukan ketergantungan mereka. Audiens akan mendapatkan banyak informasi dari media yang dianggap kredibel dan terpercaya. Orang akan lebih bergantung pada media utama untuk memenuhi kebutuhan informasi mereka jika sumber informasi alternatif terbatas atau kurang dapat diakses.

Teori ketergantungan digunakan untuk menganalisis bagaimana media mempengaruhi opini publik, perilaku politik, dan persepsi sosial. Penelitian dalam bidang ini dapat mengungkap bagaimana ketergantungan media mempengaruhi pengambilan keputusan dan sikap terhadap isu-isu tertentu. Untuk organisasi media dan pemasaran, memahami ketergantungan audiens dapat membantu dalam merancang strategi komunikasi yang lebih efektif dan menyesuaikan pesan dengan kebutuhan dan preferensi audiens.

Ketergantungan pada media digital untuk pembelajaran dapat mempengaruhi cara pelajar memperoleh pengetahuan dan keterampilan. Misalnya, pelajar yang mengandalkan platform e-learning dan materi online mungkin lebih terpengaruh oleh kualitas dan aksesibilitas sumber daya yang tersedia di platform tersebut.

2.4 Kerangka pemikiran

2.4.1 Teori Jurnalisme *Online*

Jurnalisme *Online* telah menjadi bagian hidup masyarakat Indonesia. Produksi literatur saat ini tidak lagi tergantung pada media konvensional. Era internet telah membuka peluang kepada para jurnalis independen untuk mewartakan masalah-masalah sosial.

Seiring dengan perkembangan jaman jurnalisme *online* ikut berkembang dengan mengikuti teknologi yang ada. Sama halnya dengan karya jurnalistik, yakni berita yang ditulis berdasarkan fakta dan peristiwa, jurnalisme *online* juga melaporkan berita namun penyiaran medianya melalui internet. Tidak semua peristiwa layak dilaporkan namun hanya peristiwa yang memiliki *news value* yaitu apa saja yang ingin dan perlu diketahui masyarakat.

Keistimewaan lain dari jurnalisme online yaitu kecepatan dalam penyampaian berita dengan baik secara keseluruhan, dari berita yang menarik sekaligus berita yang menyeramkan. Jurnalisme online memiliki keahlian dimana wartawan dapat menyuguhkan berita atau news update sehingga masyarakat umum mendapatkan info terupdate. (Craig 2005,30). Dilain itu jurnalisme online dapat mengintegrasikan berbagai media sebelumnya membentuk satu kesatuan dengan mengaitkan (tulisan, suara dan gambar). Karakter yang paling dapat dirasakan adalah kemudahan untuk penerbit berita dan pembaca berita untuk membuat waktu perilisan berita dan akses berita bagi pembaca berita. Tidak adanya batasan

waktu untuk pengaksesan, kapanpun dan dimanapun semua orang dapat mengaksesnya.

Menurut Paul Bradshaw dalam “ basic Principal of *Online Journalism*” menyebutkan ada lima prinsip jurnalistik *online* yang disingkat B-A-S-I-C yakni brevity, adaptability, scannability, interactivity, community, and conversation. (M.Romli, 2012)

a. Keringkasan (Brevity)

Berita *online* dituntut untuk bersifat ringkas, menyesuaikan kehidupan manusia kehidupan manusia dan tingkat kesibukannya yang makin tinggi. Pembaca memiliki sedikit waktu untuk membaca dan ingin segera tahu informasi. Maka, jurnalis *online* sebaiknya berisi tulisan ringkas saja. Hal ini juga sesuai dengan salah satu kaidah bahasa jurnalistik KISS, yakni Keep It Short and Simple.

b. Kemampuan beradaptasi (Adaptability)

Wartawan *online* dituntut agar mampu menyesuaikan diri di tengah kebutuhan dan preferensi publik. Dengan adanya kemajuan teknologi, jurnalis dapat menyajikan berita dengan cara membuat berbagai keragaman cara, seperti dengan penyediaan format suara (audio), video, gambar, dan lain-lain dalam suatu berita.

Keahlian penggunaan perangkat lunak dan new media oleh wartawan online tentu saja menjadi satu keharusan. Perubahan konsep produksi berita yang sebelumnya masih menggunakan pola-pola produksi berita versi surat kabar (cetak) mulai menyesuaikan

dengan kondisi saat ini. Dimana seluruh jajaran redaksi utamanya wartawan diharuskan menguasai penggunaan perangkat lunak dan penggunaan media sosial secara baik.

c. Dapat dipindai (Scannability)

Untuk memudahkan para audiens, situs-situs terkait dengan jurnalistik *online* hendaknya memiliki sifat dapat dipindai, agar pembaca tidak perlu merasa terpaksa dalam membaca informasi atau berita. Keterbatasan media sosial menjadi salah satu hambatan bagi perusahaan surat kabar sehingga perusahaan surat kabar menjadikan media sosial sebagai distributor penyalur informasi sementara.

Masyarakat dan pemerintah masih membutuhkan peran media arus utama dan pers untuk memerangi ujaran kebencian dan misinformasi yang menyebar melalui media sosial. Masyarakat tetap membutuhkan informasi yang benar sesuai dengan informasi, fakta dan autentikasi yang diberikan oleh media tradisional Indonesia. Media arus utama berada di garda depan sebagai sumber informasi valid bagi masyarakat yang menjaga persatuan dan kesatuan bangsa. Demi kenyamanan dan ketenangan masyarakat, masyarakat juga harus cermat dalam memantau, memilih, dan memilah informasi yang diterima melalui media sosial. Bagi pemerintah, media arus utama berperan sebagai rumah komunikasi dan kontrol sosial serta menjadi harapan pembangunan negara untuk mendorongnya tumbuh menjadi bangsa yang besar. Valtavirtamedia

memiliki aturan yang sangat ketat dalam menyajikan berita. Pemberitaan informasi menjadi konsumsi masyarakat melalui proses yang panjang sehingga dapat menjadi bahan pertimbangan. Jurnalis Valtmedia sebagian besar adalah profesional dengan pendidikan memadai dan pelatihan khusus di bidang etika jurnalistik, yang biasanya tergabung dalam serikat pekerja yang terkait dengan aturan etika. Jurnalis media arus utama berupaya mencari, memproses, dan menyebarkan informasi dalam kerangka etika. Mereka melaporkan fakta, bukan fantasi..

d. Interaktivitas (Interactivity)

Komunikasi dari publik kepada jurnalis dalam jurnalisme *online* sangat dimungkinkan dengan adanya akses yang semakin luas. Pembaca atau viewer dibiarkan untuk menjadi pengguna (user). Hal ini sangat penting karena semakin audiens merasa dirinya dilibatkan, maka mereka akan semakin dihargai dan senang membaca berita yang ada.

Interaksi kuasi yang dimediasi bersifat monologis dan melibatkan produksi bentuk-bentuk simbolik untuk penerima potensial dalam jumlah yang tidak terbatas. Interaksi Kuasi yang Dimediasi menciptakan situasi sosial tertentu di mana individu terhubung bersama dalam proses komunikasi dan pertukaran simbolik. Ini adalah situasi terstruktur di mana beberapa individu terlibat terutama dalam menghasilkan bentuk-bentuk simbolik untuk orang lain yang

tidak hadir secara fisik, sementara yang lain terlibat terutama dalam menerima bentuk-bentuk simbolik yang dihasilkan kepada siapa mereka tidak dapat menanggapi, namun dengan siapa mereka dapat membentuk ikatan persahabatan. kasih sayang atau kesetiaan. Interaksi semu yang dimediasi didasarkan pada hubungan sosial yang dibangun oleh media komunikasi massa. Karena media massa tidak mungkin menjadi interaktivitas sejati, interaksi semu yang dimediasi adalah interaksi yang disimulasikan. Biasanya media massa mencoba mensimulasikan komunikasi antarpribadi dan mempersonalisasikan komunikasi mereka (mis. Panggilan masuk). Fokus lain dari Interaksi Kuasi yang Dimediasi juga pada konstitusi ruang-waktunya. Hal ini digambarkan sebagai pemisahan konteks dengan ketersediaan yang diperluas dalam ruang dan waktu.

Interaksi Kuasi yang Dimediasi juga dapat digabungkan dengan interaksi lain seperti tatap muka . Misalnya, orang dapat duduk bersama dalam satu ruangan dan berdiskusi sambil menonton televisi. Dalam hubungan serupa, program televisi mungkin melibatkan interaksi tatap muka dengan panel dan penonton, meskipun program tersebut pada dasarnya tetap merupakan bentuk Interaksi Kuasi yang Dimediasi.

e. Komunitas dan Percakapan (community and conversation)

Media *online* memiliki peran yang lebih besar daripada media cetak atau media konvensional lainnya, yakni sebagai penjaring

komunitas. Jurnalis *online* juga harus memberi jawaban atau timbal balik kepada publik sebagai sebuah balasan atas interaksi yang dilakukan publik tadi

2.4.1.1 Karakteristik Jurnalistik *Online*

Perbedaan utama jurnalistik *online* dengan "jurnalistik tradisional" (cetak, radio, TV) adalah kecepatan, kemudahan akses, bisa di-update dan dihapus kapan saja, dan interaksi dengan pembaca atau pengguna (user).

Jurnalistik *online* juga "tidak mengenal" tenggat waktu (deadline) sebagaimana dikenal di media cetak. Deadline bagi jurnalistik *online*-dalam pengertian "publikasi paling lambat" adalah "beberapa menit bahkan detik" setelah kejadian berlangsung.

Jurnalistik *online* dicirikan sebagai praktik jurnalistik yang mempertimbangkan beragam format media (multimedia) untuk menyusun isi liputan menungkingkan terjadinya interaksi antara jurnalist dengan audiens dan menghubungkan berbagai elemen berita dengan sumber-sumber *online* yang lain. Kemampuan interaktivitas jurnalistik *online* dianggap mampu meruntuhkan aturan lama tradisi jurnalistik, bahwa "kebenaran faktual" terletak pada praktik jurnalistik karena hanya wartawan yang tahu dan memutuskan informasi macam mana yang dibutuhkan oleh khalayak. Kebenaran faktual, obyektivitas, dan imparialitas tidak lagi dibangun pada ruang senyap editor, namun dipertukarkan antara jurnalis dan publik.

Mike Ward dalam *Journalism Online* (Focal Press, 2002) menyebutkan beberapa karakteristik jurnalistik *online* sekaligus yang membedakannya dengan media konvensional (keunggulan), yaitu:

- a. *Immediacy*: kesegeraan atau kecepatan penyampaian informasi. Radio dan TV memang bisa cepat menyampaikan berita, namun biasanya harus "menginterupsi" acara yang sedang berlangsung (*breaking news*). Jurnalistik *online* tidak demikian. Tiap menit, bahkan dalam hitungan detik, sebuah berita dapat diposting.
- b. *Multiple Pagination*: bisa berupa ratusan page (halaman), terkait satu sama lain, juga bisa dibuka tersendiri (*new tab/new window*).
- c. *Multimedia*: menyajikan gabungan teks, gambar, audio, video, dan grafis sekaligus.
- d. *Flexibility Delivery Platform*: wartawan bisa menulis berita kapan saja dan di mana saja, di atas tempat tidur sekalipun.
- e. *Archiving*: tersipkan, dapat dikelompokkan berdasarkan kategori (rubrik) atau kata kunci (*keyword, tags*), juga tersimpan lama yang dapat diakses kapan pun.
- f. *Relationship with reader*: kontak atau interaksi dengan pembaca dapat "langsung" saat itu juga melalui kolom komentar dan lain-lain.

Karakteristik serupa dikemukakan James C. Foust ketika mengemukakan keunggulan jurnalistik *online* dalam *Journalism: Principles and Practices of News for The Web Online* (2005):

1. Audience Control: audiens atau pembaca dapat lebih leluasa dalam memilih berita yang mereka sukai hanya dengan menggerakkan jari, mouse, atau cursor dan mengklik link judul yang dikehendaki. Nonlienarity: tiap berita yang disampaikan dapat berdiri sendiri atau tidak berurutan.
2. Storage and Retrieval: berita atau informasi tersimpan atau tersipkan dan diakses kembali dengan mudah saja.
3. Unlimited Space: memungkinkan jumlah berita jauh lebih ketimbang media lainnya. Berbeda dengan berita radio/televisi yang dibatasi durasi (air time) dan koran yang dibatasi kolom atau halaman. Immediacy: kesegeraan, cepat, dan langsung.
5. Multimedia Capability: bisa menyertakan teks, suara, gambar, video dan komponen lainnya di dalam berita.
6. Interactivity: memungkinkan adanya peningkatan partisipasi pembaca seperti penyediaan kolom komentar dan fasilitas share ke media sosial-umumnya facebook dan twitter.

Karakter jurnalistik *online* juga tergambar dalam elemen jurnalistik *online* yang disebutkan Rey G. Rosales dalam *The Elements of Online Journalism* (iUniverse, 2006). Jurnalistik *online* memiliki elemen multimedia dalam pemberitaannya, meliputi dasar (basic) dan advance.

Elemen dasar mencakup: judul (headline), isi (text), gambar atau foto (picture), grafis seperti ilustrasi dan logo,serta link terkait (related link).

Elemen Advance meliputi elemen dasar ditambah audio, video, slide show, animasi, interactive feature (timeline, map), dan interactive game.

1. **Headline:** judul berita yang ketika diklik akan membuka tulisan secara lengkap dengan halaman tersendiri.
2. **Text:** tubuh tulisan dalam satu halaman utuh atau terpisah ke dalam beberapa tautan (link).
3. **Picture:** gambar yang menyertai atau memperkuat cerita.
4. **Ghraphic:** grafis -biasanya berupa logo, gambar, atau ilustrasi yang terkait dengan berita.
5. **Related Link:** link terkait; tulisan terkait yang menambah informasi dan penambahan wawasan bagi pembaca, biasanya di akhir tulisan atau di sampingnya.
6. **Audio:** suara, musik, atau rekaman suara yang berdiri sendiri atau digabungkan dengan slide show atau video. Video -Video yang terkait dengan tulisan.
7. **Slide Shows:** koleksi foto yang lebih mirip galeri gambar yang biasanya disertai keterangan foto. Beberapa slide shows juga bisa disertai suara (suond, voice)
8. **Animation:** animasi atau gambar bergerak yang diproduksi untuk menambah dampak cerita.
9. **Interactive Features:** grafis yang didesain untuk interaksi dengan pengguna (user), misalnya termasuk peta lokasi (map, google map).

10. Interactive Games: biasanya didesain seperti mini-video games yang bisa dimainkan oleh user (play the news).

Karakter sekaligus keunggulan jurnalisme *online* yang tidak dimiliki oleh media konvensional dalam berita *online* dengan baik dipaparkan Richard Craig dalam bukunya, *Online Journalism: Reporting, Writing, and Editing for New Media* (2005), yaitu:

1. Pembaca dapat menggunakan link untuk menawarkan pengguna dalam membaca lebih lanjut pada setiap berita.
2. Pembaca dapat memperbarui berita secara langsung dan teratur.
3. Informasi di *online* sangatlah luas.
4. Tersedianya penambahan suara, video, dan konten *online* yang dimiliki cetak.
5. Dapat menyimpan arsip *online* dari zaman ke zaman.

STRATEGI KOMUNIKASI PT. PIKIRAN RAKYAT DI ERA MEDIA SOSIAL

Studi deskriptif kualitatif strategi komunikasi media pers dalam mempertahankan eksistensinya di media sosial instagram @pikiranrakyat

Jurnalisme *online*
Paul Bradshaw

Brevity

Keringkasan Berita

- Tidak mempengaruhi hoax
- Mudah untuk dibaca
- Efisien waktu

Scannibility

Dapat Dipindai

- Mempermudah audience mencari informasi
- Menemukan fakta
- Kepercayaan audience

Adaptability

Kemampuan Beradaptasi

- Kehadiran AI tidak akan sepenuhnya menggantikan manusia
- Keterampilan Jurnalis

Interactivity

Interaksi

- Salah satu mempertahankan kenyamanan Audience
- Konten yang berkualitas