

## BAB II

### TINJAUAN PUSTAKA DAN KERANGKA PEMIKIRAN

#### 2.1. Tinjauan Pustaka

##### 2.1.1. *Review* Penelitian Sejenis

Dalam melakukan penelitian, penelitian sejenis dianggap penting karena dapat dijadikan sebagai acuan dan juga pembanding yang dapat membantu selama proses penelitian berlangsung. Selain itu, penelitian sejenis juga akan digunakan untuk cerminan yang berfokus pada tema dan konten relevan, yang dapat diperluas lebih lanjut untuk bisa menghasilkan penelitian yang lebih baik. Berikut beberapa penelitian yang dianggap relevan dan dijadikan referensi oleh peneliti:

*Yang pertama*, jurnal karya Muannas, Alem Febri Soni, Teti Novianti berjudul “*Profesionalisme Jurnalis TV di Era Disruptif Media (Studi Kasus Jurnalis Celebes TV Kota Makassar)*” pada tahun 2021. Penelitian ini membahas mengenai status profesionalisme jurnalis Celebes TV di era disruptif media, dalam menjalankan tugasnya, jurnalis Celebes TV telah memahami profesinya sebagai insan pers sehingga selalu bersikap profesional, berpedoman pada undang-undang pers dan juga taat pada kode etik jurnalistik.

*Yang kedua*, jurnal karya Eko Mardi, Indah Suryawati berjudul “*Indonesian Journalism in The Era of Information Disruption*” pada tahun 2022. Penelitian ini menggali keadaan jurnalis Indonesia di era disrupsi yang melahirkan jurnalisme *online* yang menyebabkan evolusi pemberitaan dengan mementingkan

kecepatan. Berita dituntut untuk diberitakan secara *real time* oleh para media yang menyebabkan idealisme dan kredibilitas mengalami pengikisan. Dampak teknologi internet menyebabkan media berita *online* mengalami revolusi dan berbeda dengan media massa pada umumnya.

*Yang ketiga*, jurnal karya Feri Johansah, Ilham Setyawan, Arrum Dara Efda, Deny Febrian, Izzaty Zephaniah, Sandra Olifia berjudul “*Kompetensi Baru Jurnalisme Online di Era Disrupsi Artificial Intelligence Di Jabar.viva.co.id*” pada tahun 2024. Penelitian ini mengeksplorasi kompetensi baru yang dibutuhkan oleh jurnalis di era disrupsi khususnya di Jabar.viva.co.id. Hasilnya, jurnalis Jabar.viva.co.id telah mampu beradaptasi di era dirupsi *Artificial Intellegence* (AI) dan memanfaatkannya sebagai alat untuk membantu tuga-tugas keredaksiannya. Jabar.viva.co.id menerapkan kompetensi baru terkait distrupsi *Artificial Intellegence* (AI) yaitu kompetensi analisis data, pengelolaan media sosial dan konten creator, untuk memastikan keakuratannya Jabar.viva.co.id menerapkan tiga tahapan yaitu *mapping issue*, kontrol konten dan respon.

*Yang Keempat*, Skripsi karya Indri Gita Pertiwi berjudul “*Profesi Wartawan di Era Disrupsi Analisis Deskriptif Terhadap Aliansi Jurnalis Independent (AJI) Cabang Kota Bandung*” pada tahun 2022. Peneliitian ini menggali cara kerja wartawan AJI dalam melakukan praktik jurnalistik ditengah era dirupsi media, yaitu ketika pola kerja wartawan mengalami perubahan terutama dalam alat-alat yang digunakan dalam produksi. Selanjutnya wartawan juga dituntut untuk bisa berpegang teguh pada idealisme yang mereka anut, di era disrupsi ini wartawan dituntut untuk bisa multitasking dan adaptif tanpa meninggalkan kode etik

jurnalistik dan profesi. Kontribusi AJI adalah untuk membantu wartawan dalam mengembangkan kompetensi dan menjadi wadah berbagi pengalaman dan solusi bagi permasalahan wartawan di lapangan.

*Yang Kelima*, Skripsi karya Aulia Nur Azizah berjudul “*Pola Kerja Jurnalis di Era Digital (Studi Deskriptif Transformasi Jurnalis Digital di Akun TikTok @prfmnews*” pada tahun 2024. Penelitian ini menggali pola kerja yang dimainkan oleh jurnalis di era konten digital, yang mengakibatkan terjadinya perubahan pada pola kerja jurnalis khususnya pada akun TikTok @prfmnews yang terjadi pada proses produksi dan pasca produksi yang menuntut jurnalisnya untuk terus meningkatkan skill.

**Tabel 2. 1 Review Penelitian Sejenis**

No	Nama dan Judul Penelitian	Metodologi Penelitian	Persamaan Penelitian	Perbedaan Penelitian
1.	Jurnal Muannas, Alem Febri Soni, Teti Novianti/Universitas Hasanuddin, Universitas Cokroaminoto Makassar, Universitas Fajar/2021  Judul: <i>“Profesionalisme Jurnalis TV di Era Disruptif Media (Studi Kasus Jurnalis Celebes TV Kota Makassar”</i>	Metode studi kasus ( <i>case study</i> ) analisis deskriptif	Kedua penelitian ini sama-sama membahas mengenai jurnalis di era disrupsi dengan menggunakan metode penelitian kualitatif dengan pendekatan studi kasus	Penelitian ini berfokus pada aspek profesionalisme jurnalis TV di era disrupsi dengan subjek penelitian jurnalis Celebes TV Kota Makassar, sedangkan penelitian yang dilakukan oleh peneliti berfokus pada pola kerja jurnalis di era disrupsi dengan subjek penelitian jurnalis di Tribun Jabar

2.	Eko Mardi, Indah Suryawati/Universitas Budi Luhur Indonesia/2022  Judul: “ <i>Indonesian Journalism in The Era of Information Disruption</i> ”	Metode kajian kepastakaan ( <i>library research</i> ) analisis deskriptif kualitatif	Kedua penelitian ini sama-sama membahas mengenai jurnalis di era disrupsi, dengan menggunakan metode penelitian kualitatif	Penelitian ini berfokus pada aspek jurnalisme di era disrupsi dengan subjek penelitian kondisi di Indonesia, sedangkan penelitian yang dilakukan oleh peneliti berfokus pada pola kerja jurnalis di era disrupsi dengan subjek penelitian jurnalis di Tribun Jabar
3.	Jurnal Feri Johansah, Ilham Setyawan, Arrum Dara Efda, Denny Febrian, Izzaty Zephaniah, Sandra Olifia /Universitas Insan Cita Indonesia/2024  Judul: “ <i>Kompetensi Baru Jurnalisme Online di Era Disrupsi Artificial Intellegence di Jabar.viva.co.id</i> ”	Metode <i>purposive</i> dan <i>snowball</i> , juga kajian literatur.	Kedua penelitian ini sama-sama membahas mengenai jurnalis di era disrupsi dengan menggunakan pendekatan kualitatif	Penelitian ini berfokus pada aspek kompetensi baru jurnalisme di era disrupsi <i>Artificial Intellegence</i> (AI) dengan subjek penelitian jurnalis Jabar.viva.co.id, sedangkan penelitian yang dilakukan oleh peneliti berfokus pada pola kerja jurnalis di era disrupsi dengan subjek penelitian jurnalis di Tribun Jabar
4.	Skripsi Indri Gita Pertiwi/Jurnalistik /UIN Sunan Gunung Djati Bandung/2022  Judul: “ <i>Profesi Wartawan di Era</i>	Metode penelitian analisis deskriptif. Dengan Teori Konstruksi Sosial Teknologi	Kedua penelitian ini sama-sama membahas mengenai profesi pers di era disrupsi	Penelitian ini berfokus pada aspek profesi wartawan di era disrupsi dengan subjek penelitian jurnalis Aliansi Jurnalis Independent (AJI)

	<i>Disrupsi Analisis Deskriptif Terhadap Aliansi Jurnalis Independent (AJI) Cabang Kota Bandung”</i>			Cabang Kota Bandung, sedangkan penelitian yang dilakukan oleh peneliti berfokus pada pola kerja jurnalis di era disrupsi dengan subjek penelitian jurnalis di Tribun Jabar. Teori yang digunakan dalam penelitian ini adalah teori Konstruksi Sosial Teknologi sedangkan teori yang digunakan oleh peneliti adalah Teori Ekonomi Politik Media
5.	Skripsi Aulia Nur Azizah/ Jurnalistik/UIN Sunan Gunung Djati Bandung/2024.  Judul: <i>“Pola Kerja Jurnalis di Era Digital (Studi Deskriptif Transformasi Jurnalis Digital di Akun TikTok @prfmnews”</i>	Metode penelitian studi deskriptif. Dengan Teori <i>New Media</i>	Kedua penelitian ini sama-sama membahas pola kerja jurnalis di era digital serta bagaimana para jurnalis dapat menyesuaikan diri dengan perkembangan media saat ini	Penelitian ini berfokus pada perbedaan pola kerja antara jurnalis digital radio dan jurnalis di era digital dengan subjek penelitian jurnalis digital akun TikTok @prfmnews, sedangkan penelitian yang dilakukan oleh peneliti berfokus pada pola kerja jurnalis di era disrupsi dengan subjek penelitian jurnalis di Tribun Jabar.

				Teori yang digunakan dalam penelitian ini adalah Teori <i>New Media</i> sedangkan teori yang digunakan oleh peneliti adalah Teori Ekonomi Politik Media.
--	--	--	--	--

## 2.1.2. Kerangka Konseptual

### 2.1.2.1. Komunikasi

#### 2.1.2.1.1. Pengertian Komunikasi

Komunikasi dalam bahasa Inggris *communication* berasal dari bahasa Latin yaitu *commnicatio* dan berasal dari kata *communis*, artinya *sama*. Yang berarti sama makna. Artinya, komunikasi itu harus mempunyai maksud yang sama bagi dua orang yang melakukannya, karena sifat dari komunikasi tidak hanya informatif atau untuk membuat orang lain tahu tetapi juga persuasif atau meyakinkan dan membuat orang lain paham (Effendy, 2009).

Menurut Sarah Trenholm dan Arthur Jensen dalam (Wiryanto, 2004) komunikasi adalah “*A process by which a source transmits a message to a receiver through some channel.*” Yang berarti komunikasi merupakan sebuah proses ketika seseorang mengirimkan pesan kepada penerima lewat berbagai macam saluran. Memahami komunikasi lebih dalam Rogers bersama D. Lawrence Kincaid dalam (Cangara, 2005) mengungkapkan jika komunikasi adalah sebuah proses antara dua orang tau lebih dalam menciptakan dan bertukar informasi dengan yang lain sehingga menghadirkan satu pemahaman yang sama secara mendalam.

Pendapat lain yang mendukung pengertian dan perkembangan komunikasi sehingga diangkat menjadi salah satu teori yang mempunyai peran dalam perkembangan teori komunikasi adalah komunikasi Harold Laswell, dalam karyanya *The Structure and Function of Communication in Society*. Ia mengatakan bahwa suatu upaya yang baik dalam menjelaskan komunikasi adalah dengan menjawab pertanyaan “*Who says what in which channel to whom with what effect?*” (siapa mengatakan apa, melalui saluran apa, kepada siapa, dengan efek apa?) yang selanjutnya dikenal dengan *Laswell’s Communication Model*. Jawaban dari pertanyaan yang diberikan paradigmatik Laswell itu adalah unsur-unsur dari terjadinya proses komunikasi, yaitu komunikator (*communicator, source, sender*), pesan (*message*), media (*channel, media*), komunikan (*communicant, communicatee, receiver, recipient*), dan efek (*effect, impact, influence*). (Effendy, 2009).

#### **2.1.2.1.2. Unsur-Unsur Komunikasi**

Berdasarkan pengertian komunikasi di atas maka sudah pasti bahwa komunikasi hanya bisa dilakukan antar manusia apabila terdapat satu individu yang menyampaikan pesan kepada individu lain dengan membawa tujuan tertentu, dalam arti bahwa komunikasi dikatakan berhasil dilakukan jika didukung oleh keberadaan sumber, pesan, media, penerima, dan efek. Hal-hal tersebut disebut dengan unsur-unsur komunikasi, yang jika digambarkan akan menjadi sebagai berikut:

##### 1) Sumber

Dalam setiap praktik komunikasi, akan selalu ada sumber yang berfungsi sebagai pencipta dan penyampai informasi. Sumber dapat berupa seorang

individu ataupun kelompok seperti organisasi, partai, ataupun Lembaga. Selain itu, sumber juga bisa disebut sebagai pengirim atau komunikator, dan dalam Bahasa Inggris dikenal sebagai *source*, *sender*, atau *encoder*.

## 2) Pesan

Yang dimaksud pesan dalam komunikasi adalah hal yang dikirim oleh pengirim kepada penerima. Proses penyampaiannya bisa dilakukan secara langsung maupun melalui berbagai media. Pesan yang disampaikan tersebut bisa berupa ilmu, nasihat, ataupun suatu pemahaman. Dalam Bahasa Inggris dikenal sebagai *message*, *content*, ataupun *information*.

## 3) Media

Media berfungsi sebagai alat penunjang dalam menyalurkan pesan dari pengirim kepada penerima. Sebagaimana menilai media mempunyai berbagai macam bentuk, seperti dalam komunikasi antarpribadi yang dianggap sebagai media komunikasi adalah panca Indera, terdapat juga saluran komunikasi berupa telepon, surat, dan telegram.

## 4) Penerima

Suatu individu maupun kelompok yang dituju untuk dikirim pesan oleh pengirim adalah penerima. Terdapat berbagai macam panggilan diantaranya adalah sasaran, komunikan, khalayak, ataupun *audience* dan *receiver*. Adanya penerima ini disebabkan oleh keberadaan sumber. Maka tidak akan ada pengirim jika tidak ada penerima. Dalam hal ini, penerima menjadi bagian penting dalam keberlangsungan komunikasi karena menjadi sasaran dalam komunikasi. Jika tidak, maka akan terjadi masalah yang menyebabkan

terjadinya miskomunikasi baik itu yang berasal dari pengirim, pesan, maupun alat menyampaikan pesannya. Oleh sebab itu, penting untuk mengenali khalayak ketika akan melakukan komunikasi.

#### 5) Pengaruh

Pengaruh, biasa disebut juga efek merupakan respon mental, dalam hal ini pemikiran, perasaan, dan tindakan penerima berbeda yang dirasakan penerima baik itu sebelum ataupun setelah menerima pesan. Menurut De Fleur, 1982 pengaruh bisa muncul pada cara seseorang berpikir, bersikap, dan berperilaku, dalam hal ini terjadi karena menerima pesan.

#### 6) Tanggapan Balik

Meskipun umpan balik sering dianggap sebagai bentuk respon yang timbul dari penerima, tetapi umpan balik juga dapat berasal dari elemen lain, seperti pesan ataupun media, bahkan ketika pesan belum sampai pada penerimanya.

#### 7) Lingkungan

Lingkungan ataupun situasi merupakan suatu unsur yang bisa memengaruhi proses berlangsungnya komunikasi, dibagi pada empat jenis, yaitu lingkungan fisik, lingkungan sosial budaya, lingkungan psikologis, dan juga dimensi waktu.

Masing-masing unsur memegang fungsi yang krusial dalam keberlangsungan jalannya komunikasi. Dalam hal ini, semua unsur saling bergantung antara satu dan yang lainnya, sehingga jika salah satunya tidak ada maka akan berdampak pada berlangsungnya proses komunikasi (Cangara, 2005).

### 2.1.2.1.3. Bentuk-Bentuk Komunikasi

Cangara, dalam bukunya Pengantar Ilmu Komunikasi membagi komunikasi menjadi empat macam, yaitu:

1) Komunikasi Dengan Diri Sendiri (*Intrapersonal Communication*)

Komunikasi dengan diri sendiri merupakan komunikasi yang dilakukan dengan diri sendiri.

2) Komunikasi Antar Pribadi (*Interpersonal Communication*)

Komunikasi antar pribadi adalah komunikasi yang terjadi antara dua orang atau lebih yang dilakukan secara tatap muka.

3) Komunikasi Publik (*Public Communication*)

Komunikasi publik biasa disebut juga sebagai komunikasi pidato, komunikasi retorika, *public speaking*, komunikasi kolektif, dan komunikasi khalayak (*audience communication*). Apa pun namanya, komunikasi publik adalah komunikasi yang pesannya disampaikan secara tatap muka oleh pembicara kepada khalayak dengan jumlah yang lebih besar. Pesan yang disampaikan pun tidak terjadi begitu saja tetapi sudah terencana dan dipersiapkan lebih awal.

4) Komunikasi Massa (*Mass Communication*)

Komunikasi massa merupakan komunikasi yang terjadi ketika pesan dikirim dari sumber yang melembaga kepada khalayak yang bersifat massal melalui alat-alat mekanis seperti radio, surat kabar, film, dan televisi.

### 2.1.2.1.4. Fungsi Komunikasi

Berdasarkan bentuk-bentuk komunikasi diatas, maka komunikasi mempunyai fungsi antara lain sebagai berikut:

- 1) Komunikasi dengan diri sendiri mempunyai fungsi untuk mengembangkan kreativitas imajinasi, memahami dan mengendalikan diri, juga sebagai ajang untuk meningkatkan kematangan berpikir seseorang sebelum mengambil keputusan.
- 2) Komunikasi antarpribadi mempunyai fungsi untuk meningkatkan hubungan insani, menghindari dan mengatasi konflik-konflik pribadi, mengurangi ketidakpastian sesuatu, juga berbagi pengetahuan dan pengalaman dengan orang lain.
- 3) Komunikasi publik mempunyai fungsi untuk memberikan informasi, mendidik, mempersuasi, menghibur, dan menumbuhkan solidaritas bersama orang lain.
- 4) Komunikasi massa mempunyai fungsi untuk menyebarkan informasi, meratakan pendidikan, merangsang pertumbuhan ekonomi, dan juga menghibur seseorang (Cangara, 2005).

#### **2.1.2.2. Komunikasi Massa**

##### **2.1.2.2.1. Pengertian Komunikasi Massa**

Komunikasi massa berasal dari dua kata, yaitu komunikasi dan massa. Para ahli berpendapat mengenai pengertian dari komunikasi massa ini, satu diantaranya adalah Wilbur Schramm yang mengungkapkan jika komunikasi asalnya dari kata "*communic*" artinya "*common*" atau sama. Oleh karena itu, ketika kita melakukan komunikasi hendaknya melahirkan persamaan dengan orang lain.

Sedangkan kata "massa" seperti menurut P.J. Bouman berfungsi untuk menandakan satu bagian penduduk yang banyak, ataupun menandakan jumlah

pendengar yang banyak, meskipun tidak mengandung unsur organisasinya tetapi ada ikatan dan kesamaan jiwa (Kustiawan et al., 2022).

Pengertian komunikasi massa menurut beberapa ahli:

1) Bittner

Komunikasi massa adalah suatu pesan yang dikomunikasikan dan disampaikan kepada banyak orang lewat media massa.

2) Defleur serta McQuail

Komunikasi massa adalah sebuah proses ketika komunikator menggunakan media sebagai alat untuk menyebarkan pesan secara meluas dan terus menerus untuk dapat menciptakan sebuah makna yang bisa memengaruhi banyak orang dalam lingkup yang luas dan berbeda-beda melalui banyak cara.

3) M.O. Palapah

Komunikasi massa adalah ungkapan manusia yang disampaikan kepada massa. Bentuk-bentuk komunikasi massa dalam hal ini berupa jurnalistik, public relations, penjelasan, aglitasi, komunikasi internasional, dan propaganda (Jampel et al., 2016).

#### **2.1.2.2.2. Ciri-Ciri Komunikasi Massa**

Proses komunikasi massa cenderung lebih rumit jika dibanding dengan bentuk komunikasi lainnya. Pesan-pesan yang disampaikan lewat media massa pada umumnya akan sulit untuk ditelusuri sumber pembuatnya ataupun pihak yang mempunyai tanggung jawab atas penyampaianya. Sulitnya menentukan siapa penanggung jawab atas pesan bukanlah satu-satunya dari ciri komunikasi massa, tetapi juga sifatnya yang mengacu pada khalayak umum. Sesuai dengan namanya,

komunikasi massa adalah bentuk komunikasi yang ditujukan kepada khalayak luas ataupun masyarakat umum secara keseluruhan.

Infomasi yang disebar melalui komunikasi massa bisa menjangkau khalayak luas dengan waktu yang singkat karena jenis medianya dapat secara mudah digunakan dan ditemukan. Komunikasi massa juga mempunyai ciri lain, yakni penyampaian pesannya dapat terjadi secara bersamaan, karena pesan hanya perlu dikirimkan sekali saja oleh komunikator kepada khalayak umum. Maka pesan tersebut bisa tersebar dengan cepat dan dalam waktu yang sama.

Komunikasi massa mempunyai sifat satu arah. Hal tersebut dapat terjadi akibat komunikator dan komunikan tidak melakukan interaksi secara langsung atau bertatap muka, sehingga diantara keduanya tidak terjadi percakapan dua arah yang dilakukan secara langsung. Komunikator fokusnya hanya pada proses penyampaian pesa, sementara komunikan pada proses penerimaan pesan. Keadaan inilah penyebab komunikasi terjadi secara satu arah. Ciri khas dari komunikasi massa lainnya adalah umpan balik yang tidak didapatkan secara langsung atau tertunda. Penundaan ini bisa terjadi akibat dari komnikator dan komunikan yang tidak melakukan komunikasi secara langsung, sehingga respon yang berasal dari penerima membutuhkan waktu yang bisa diperoleh oleh pengirim (Gushevinalti et al., 2020).

#### **2.1.2.2.3. Fungsi Komunikasi Massa**

Komunikasi massa memiliki kontribusi yang signifikan terhadap kemajuan juga dinamika berlangsungnya perkembangan kehidupan masyarakat, sehingga

menurut Dominick dalam (Sholihul, 2025), komunikasi massa mempunyai berbagai fungsi bagi kehidupan masyarakat, diantaranya:

1) Pengawasan (*Surveillance*)

Pada fungsi pengawasan ini, dibagi kepada dua bentuk utama, diantaranya sebagai berikut:

(1) Pengawasan peringatan (*warning of beware surveillance*) yang terjadi pada saat media massa memberikan informasi terkait suatu ancaman.

(2) Pengawasan Instrumentasi (*instrumental surveillance*) yang merupakan penyebaran suatu informasi untuk membantu masyarakat didalam kehidupan sehari-hari.

2) Penafsiran (*Interpretation*)

Media massa tidak menyajikan fakta dan informasi saja, tetapi memberikan juga interpretasi terhadap berbagai macam peristiwa penting. Melalui pemaknaan tersebut, media terus berusaha untuk mendorong audiensnya untuk dapat memperluas pemahaman dan juga menelaah berbagai macam isu secara lebih mendalam.

3) Pertalian (*Linkage*)

Media massa mempunyai kemampuan dalam menyatukan berbagai macam anggota masyarakat yang mempunyai latar belakang berbeda-beda sehingga terciptanya hubungan atau keterikatan karena mempunyai minat yang sama dan juga kepentingan terhadap suatu hal. Perantara media ini dapat menghubungkan kelompok-kelompok yang memiliki ketertarikan yang sama walaupun tinggal secara berjauhan.

#### 4) Penyebaran Nilai-Nilai (*Transmission of Values*)

Fungsi ini dikenal sebagai sosialisasi yang merujuk pada suatu proses ketika suatu individu mengikuti perilaku juga nilai-nilai yang dianut oleh kelompoknya. Kemudian, media massa yang memperlihatkan Gambaran kehidupan khalayak menjadi bacaan, tontonan, dan juga sumber informasi bagi mereka. Melalui media ini kita bisa melihat bagaimana suatu individu berperilaku dan juga melihat apa yang menurut penting bagi mereka. Artinya, media menyuguhkan suatu model peran yang sering diamati dan menjadi contoh terhadap apa yang ingin diikuti.

#### 5) Hiburan (*Entertainment*)

Tidak bisa dipungkiri jika saat ini, hamper seluruh media mempunyai peran sebagai penyedia hiburan yang fungsinya bertujuan untuk membantu mengurangi beban pikiran masyarakat. Mereka bisa merasakan lebih rileks dan menjadikan pikirannya segar kembali melalui cara membaca berita yang ringan ataupun menonton program hiburan yang terdapat di televisi (Sholihul, 2025).

Sementara itu, Effendy dalam (Elvinaro et al., 2007) mengungkapkan fungsi komunikasi massa sebagai berikut:

- 1) Fungsi informasi, bahwa media massa merupakan yang menyebarkan informasi bagi audiensnya karena khalayak merupakan makhluk sosial yang membutuhkan informasi dan akan selalu membutuhkan informasi dari apa yang terjadi di sekitarnya.
- 2) Fungsi pendidikan, bahwa media massa merupakan fasilitas Pendidikan bagi audiensnya (*mass education*) karena sifat media massa yang banyak

menyajikan konten yang bisa mendidik, baik itu melalui pengajaran nilai, etika, serta aturan-aturan kepada audiensnya.

- 3) Fungsi memengaruhi, bahwa iklan-iklan yang ditayangkan oleh media baik itu televisi ataupun koran dapat memengaruhi audiensnya secara tersirat.

Menurut Devito dalam (Elvinaro et al., 2007) fungsi komunikasi massa secara khusus adalah untuk meyakinkan (*to persuade*), menganugerahkan status, membius (*narcotization*), menciptakan rasa kebersatuan, privatisasi, dan hubungan parasosial.

#### **2.1.2.2.4. Bentuk-Bentuk Media Massa**

Media massa dapat dibagi menjadi dua kelompok yaitu media massa cetak dan media elektronik. Media cetak yang termasuk media massa adalah surat kabar dan majalah, sedangkan media elektronik yang termasuk media massa adalah radio, televisi, film, dan media *online* (internet) (Elvinaro et al., 2007).

- 1) Surat Kabar

Menurut Vera, dalam (Syafriana, 2022) jika dibandingkan dengan media massa yang lain, surat kabar atau pers adalah bentuk media massa yang usianya paling tua di dunia. Kehadiran surat kabar ini diawali dengan Gutenberg yang menemukan mesin cetak. Surat kabar disebut juga koran, berasal dari Bahasa Belanda yaitu *krant* dan Bahasa Perancis yaitu *courant*.

Di Indonesia, hadirnya surat kabar melalui proses perjalanan panjang, yaitu melewati lima periode yang dimulai dari masa penjajahan Belanda, Jepang, menjelang kemerdekaan, awal kemerdekaan, hingga masa orde lama dan orde baru (Elvinaro et al., 2007).

Pers menjadi salah satu tempat unruk masyarakat dapat menuangkan pemikiran-pemikiran juga sumber informasi dan pemberitaan bagi masyarakat, selain itu pers juga penting untuk mencerdaskan masyarakat di negara yang demokratis ini. Fungsi pers nasional yang terkandung dalam Undang-Undang Nomor 40 Tahun 1999 Pasal 33 adalah:

- (1) Sebagai sarana komunikasi massa: baik yang terjadi antar masyarakat, masyarakat dengan pemerintah, maupaun berbagai pihak lain.
- (2) Sebagai penyebar informasi: baik yang berasal dari pemerintah kepada masyarakat (dari atas ke bawah), ataupun dari masyarakat ke negara (bawah ke atas).
- (3) Sebagai pembentuk opini: baik berupa tulisan, berita, ataupun pendapat yang disajikan kepada pers. Melalui berita yang diberikan oleh pers dapat membantu opini masyakarat.
- (4) Sebagai media informasi, Pendidikan, control sosial, hiburan, dan juga lembaga ekonomi.

Menurut Gunandi sebagaimana yang disebutkan dalam (Khomsahrial, 2016), surat kabar merupakan media komunikasi massa yang menyajikan berbagai jenis pemberitaan, baik itu bidang politik, ekonomi, sosial budaya, maupun pertahanan dan keamanan. Media tersebut mempunyai fungsi sebagai penyebaran informasi pendidikan, menghibur, mengawasi, dan pengaturan massa.

Surat kabar mempunyai bebrapa karakteristik, diantaranya adalah sebagai berikut:

- (1) Publisitas: pesan yang disebarakan kepada khalayak.
- (2) Peridesitas: aturan terbit.
- (3) Universalitas: pesan disampaikan secara beragam dan bisa diakses oleh umum.
- (4) Aktualitas: yang baru atau sedang terjadi, hal ini sifatnya relative bagi setiap media tergantung periodesitas medianya,
- (5) Terdokumentasi: dapat diarsip
- (6) Faktualitas: sesuai fakta.

Salah satu alasan yang membuat khalayak masih membaca surat kabar adalah karena dijadikan sebagai sumber informasi dan hiburan, karena praktis dan juga mempunyai cara penyampaian yang teratur dalam menyampaikan bagian-bagian dari pemberitaannya. Kebiasaan membaca surat kabar menjadi bagian dari gaya hidup masyarakat intelek yang hidup diperkotaan yang selalu ingin mengetahui informasi terkini. Selain itu, surat kabar juga dapat menjangkau orang banyak sehingga bisa membuat para pembacanya menjadi kritis dalam menanggapi suatu isu (Khomsahrial, 2016).

## 2) Majalah

Djony Herfan dalam (Nurlaili, 2013) menjelaskan jika majalah adalah bagian dari media massa atau media pers, terbit secara berkala baik itu bulanan atau mingguan. Dalam majalah, terdapat berbagai jenis artikel, cerita, gambar-gambar juga iklan.

Pengertian lain mengenai majalah adalah termasuk kepada media massa yang diterbitkan secara berkala dengan formen ukuran lebih kecil dari tabloid,

yaitu setengah dari ukurannya ataupun seperempat ukurannya *broadsheet (newspaper)* (Nurlaili, 2013).

Menurut Dominick dalam (Elvinaro et al., 2007) majalah di klasifikasikan pada lima kategori, yaitu:

(1) *General consumer magazine* (majalah konsumen umum)

Dalam majalah ini berisi informasi terkait produk dan juga jasa dengan bentuk iklan di halaman-halaman tertentu. Sasaran khalayak majalah ini bisa menjangkau siapa saja, yang dapat ditemukan di toko buku lokal, *outlet*, ataupun *mall*.

(2) *Newsletter* (majalah khusus yang diterbitkan secara berkala)

*Newsletter* mempunyai bentuk khusus dalam proses publikasinya, terdiri dari halaman yang berjumlah 4-8 dengan tampilan yang khusus, dan proses distribusinya dilakukan secara gratis ataupun berlangganan. Akhir-akhir ini, *newsletter* sudah menjadi ajang dalam berbisnis yang besar dan juga menjanjikan.

(3) *Business publication* (majalah bisnis)

Majalah bisnis atau *trade publications* menghadirkan informasi khusus dalam membahas terkait dunia bisnis, industri, atau profesi. Pembaca majalah ini khusus pada pebisnis atau kaum profesional, sehingga tidak dijual di sembarang tempat seperti *super mall* atau *mall*.

(4) *Literacy reviews and academic journal* (kritik sastra dan majalah ilmiah)

Majalah jenis ini seringkali diterbitkan oleh organisasi-organisasi non profit seperti universitas, yayasan, ataupun organisasi profesional yang

disetiap tahunnya menerbitkan sebanyak empat edisi ataupun kurang disetiap tahunnya

(5) *Public relations magazine* (majalah humas)

Majalah ini diterbitkan oleh perusahaan yang bertujuan untuk sirkulasi para pegawai,agen, pelanggan, dan pemegang saham. Majalah ini memiliki sedikit perbedaan dengan periklanan dalam proses publikasinya, karena tujuannya sebagai promosi suatu organisasi ataupun sebuah perusahaan yang menjadi sponsor sebuah penerbitan dan sudah dikembangkan kedalam organisasi profesional yang mereka miliki yaitu *International of Business Communications*.

Majalah dapat menjadi media untuk khalayak mendapatkan informasi melalui mengenai berbagai macam kejadian baik yang terjadi didalam maupun luar negeri. Selain itu, majalah juga dapat menjadi media pendidik dan juga hiburan bagi khalayak.

Karakteristik majalah meliputi: penyajian informasi yang lebih mendalam, mempunyai nilai aktualitas dengan periode yang lama, mengandung banyak gambar didalamnya, juga kekuatan pada kover sebagai daya tarik yang dapat memikat khalayaknya sendiri (Elvinaro et al., 2007).

3) Radio Siaran

Radio merupakan salah satu bentuk dari media massa elektronik yang umumnya paling tua dan luwes. Keberadaan radio siaran telah bertahan selama lebih dari sepuluh abad dalam menghadapi persaingan yang sangat keras, baik itu bersama kehadirannya televisi, bioskop, televisi kabel, rekaman kaset,

*personal casset players*, maupun permainan elektronik. Dominic, sebagaimana yang dikutip oleh (Elvinaro et al., 2007) mengungkapkan jika radio sudah melakukan adaptasi dengan perubahan dunia, yaitu dengan cara mengembangkan suatu hubungan yang saling menguntungkan dan juga melengkapi antara satu media dengan media lainnya. Radio mempunyai keunggulan karena dapat diputar di mana saja, juga mempunyai kemampuan dalam melakukan penjualan bagi iklan dengan produk yang dirancang khusus berdasarkan segmentasi khalayaknya.

Berdasarkan fungsinya sebagai kontrol sosial, maka radio siaran menjadi kekuatan kelima (*the fifth estate*) setelah surat kabar yang disebut kekuatan keempat. Fungsi lainnya adalah menghibur, memberi informasi, melakukan persuasi dan juga mendidik. Radio juga mempunyai kekuatan dalam memengaruhi khalayak karena mempunyai daya langsung, daya tembus, dan juga daya tarik.

Elvinaro et al., 2007 mengatakan jika Maek W. Hall dalam bukunya yang berjudul *Broadcast Journalism* menjelaskan jika terdapat perbedaan yang mendasar antara media cetak dan radio siaran, yaitu media cetak diproduksi sebagai konsumsi mata dibuktikan dengan komunikasi yang hanya bisa melihat, sedangkan radio siaran sebagai konsumsi telinga yang dibuktikan dengan komunikasi hanya bisa mendengar. Tetapi pada televisi dan film, komunikannya dapat melihat dan mendengar. Sehingga perbedaan ini dapat menjadi bukti bahwa masing-masing media massa mempunyai karakteristiknya sendiri-sendiri.

Jika pesan yang disusun untuk kebutuhan surat kabar disampaikan melalui radio siaran maka akan sulit dimengerti karena radio siaran mempunyai gayanya sendiri dalam menyampaikan pesan, yang disebut dengan gaya radio siaran atau *broadcast style*. Gaya ini hadir karena disebabkan oleh sifat radio siaran yang mencakup auditori, imajinatif, mengandung gaya oercakapan, akrab, *radio in the now*, dan menjaga mobilitas (Elvinaro et al., 2007).

#### 4) Televisi

Di Indonesia, siaran televisi resmi hadir pada tahun 1962. Indonesia hanya bisa menonton satu stasiun televisi selama 27 tahun lamanya. Lalu pada tahun 1989 kemudian muncul stasiun televisi swasta pertama di Indonesia yaitu RCTI, kemudian SCTV, Indosiar, ANTV, juga TPI. Hal ini dapat terjadi akibat adanya gerakan reformasi pada tahun 1998 yang dapat memicu terjadinya perkembangan di industri media terutama televisi. Menuju tahun 2000 kemudian muncul stasiun televisi Metro TV, Trans TV, TV7, Lativi, dan Global, juga beberapa stasiun televisi lokal yang jumlahnya mencapai puluhan stasiun televisi (Morissan, 2018).

Televisi adalah bagian dari system elektronik yang mentransfer gambar diam ataupun bergerak dengan suara melalui kabel ataupun ruang. Hal tersebut dapat terjadi karena menggunakan alat yang dapat mengubah Cahaya dan suara menjadi gelombang elektronik dan mengonversinya lagi menjadi Cahaya sehingga dapat dilihat oleh mata dan suaranya dapat terdengar oleh telinga (Effendy, 2009). Televisi juga bisa diartikan menjadi kontak televisi, rangkaian televisi ataupun pancaran televisi. Sementara kata “televisi” sendiri adalah

gabungan dari kata *tele*, berasal dari Bahasa Yunani yang berarti jauh dan juga *visio*, berasal dari Bahasa Latin yang artinya penglihatan. Maka televisi bisa mempunyai arti telekomunikasi yang bisa dilihat dengan jarak yang jauh. Terdapat tiga format acara televisi, diantaranya adalah drama (fiksi), nondrama (non fiksi), juga berita dan olahraga.

Ketika menonton televisi, pemirsa akan bisa melihat gambar dengan lebih jelas disbanding dengan media massa lain, melebihi radio ataupun film di bioskop. Hal tersebut dapat terjadi karena kegiatan menonton televisi dapat dilakukan di rumah dengan situasi yang aman dan juga nyaman (Effendy, 2009).

Sama seperti fungsi media massa yang lain, televisi memiliki fungsi untuk mendidik, memberi informasi, menghibur, dan juga membujuk. Namun, fungsi televisi lebih dominan untuk menghibur khalayak (Elvinaro et al., 2007). Televisi juga mempunyai ciri-ciri diantaranya adalah berlangsung satu arah, komunikasinya bersifat melembaga, mengandung pesan yang bersifat umum, sasarannya secara serempak, dan juga komunikasinya bersifat heterogen (Effendy, 2009).

##### 5) Film

Film merupakan suatu cerita yang terbentuk dari rangkaian gambar yang bergerak atau disebut juga *video* atau *movie*. Film mempunyai berbagai macam keistimewaan, yaitu:

- (1) Film bisa menghasilkan efek emosional yang kuat.
- (2) Film bisa membuat ilustrasi visual yang kontras secara langsung.

- (3) Film bisa melakukan komunikasi dengan penontonnya tanpa jangauan batas.
- (4) Film bisa membuat penontonnya termotivasi untuk berubah (Javandalasta P, 2011).

Sebuah karya film berisi tentang penyatuan alur cerita yang terbentuk dan menyatukan suatu peristiwa dan tidak terikat oleh waktu, Hanya saja, film yang biasa tayang di bioskop berdurasi dari 90-120 menit. Film tersebut masuk pada durasi standar, sedangkan film yang berdurasi 1-30 menit termasuk kepada film pendek (Bayu & Winastwan, 2007).

Guritno dalam (Apriliany, 2021) mengungkapkan jika film merupakan hasil dari peradaban manusia yang tercipta melalui tahapan proses kreatif dengan mewujudkan sebuah impian lewat teknologi dan nantinya hasilnya bisa dilihat oleh semua orang. Proses kreatif dengan bantuan teknologi ini akhirnya jadi hiburan representitif yang dapat menghibur orang yang melihatnya. Sementara itu, Latief & Utud dalam (Apriliany, 2021) juga menuturkan jika efek yang dirasakan setelah menonton film baik itu senang ataupun sedih merupakan satu alasan utama mengapa keberadaan film itu menarik. Film adalah sebuah karya seni yang merupakan bagian dari norma sosial dan termasuk media komunikasi massa yang proses pembuatannya berdasarkan sinema fotografi, baik itu ada atau tidaknya suasana dan bisa dipertunjukkan. Film merupakan satu karya seni yang bisa dipertunjukkan kepada banyak orang dan dapat ditonton kapan saja selama orang tersebut bisa memutar film.

Film memiliki manfaat yang beragam dalam proses belajar sehingga film memiliki peran besar dalam memberikan ilmu yang baik pada khalayak. Triaton mengungkapkan ada banyak manfaat film, diantaranya adalah sebagai alat hiburan, pendidikan, sumber informasi, dan cerminan nilai-nilai sosial bagi satu bangsa. Keempat hal tersebut dapat menjadi bukti bahwa menonton film bukan hanya untuk mendapatkan hiburan saja, tetapi bahkan lebih dari itu. (Triaton, 2013).

Karakteristik film diantaranya adalah mempunyai trik dalam cara pengambilan gambar, konsentrasi penuh, layarnya berukuran luas atau lebar, dan mengandung identifikasi psikologis sehingga penonton seolah bisa merasakan apa pesan yang ingin disampaikan oleh film. Sedangkan untuk jenis-jenis film terdiri dari film berita, film cerita, film dokumenter, dan juga film kartun (Elvinaro et al., 2007).

#### 6) Komputer dan Internet

Lauquey dalam (Elvinaro et al., 2007) mengungkapkan jika internet adalah sebuah jaringan yang berasal dari ribuan komputer yang dapat menjangkau banyak orang diseluruh dunia. Tujuan awal dari adanya internet adalah sebagai sarana untuk peneliti dapat mengakses data dari berbagai sumber perangkat komputer yang mempunyai harga tinggi. Tetapi saat ini internet semakin berkembang menjadi wadah untuk melakukan komunikasi secara cepat dan juga efektif berbeda dengan tujuan awalnya. Saat ini internet seolah menjadi semakin besar dan mempunyai kekuatan yang kuat sebagai alat untuk melakukan komunikasi dan mendapat informasi yang tidak bisa dihindarkan.

Laquey juga mengungkapkan jika perbedaan internet dengan teknologi komunikasi lain adalah tingkat kecepatan dan interaksi yang dirasakan oleh para pengguna dalam membagikan pesan, karena tidak ada media yang bisa memberi para penggunanya wadah untuk melakukan komunikasi secara *real time* dengan banyak orang secara sekaligus.

Pengguna internet saat ini telah mencakup banyak pihak terutama pengelola media massa, dengan alasan yang berbagai macam baik itu hanya untuk memperoleh informasi maupun berkomunikasi. Hal tersebut dapat terjadi karena internet mempunyai keunggulan dalam menyatukan berbagai orang karena tidak terbatas jarak dan waktu. Sehingga interaksi yang berskala besar ini tidak dapat berjalan tanpa jaringan komputer (Elvinaro et al., 2007).

Reddick dan King dalam (Elvinaro et al., 2007) menyampaikan bahwa informasi yang mempunyai ketertarikan dan bisa tersampaikan dengan tepat waktu dan cermat itu sangat penting untuk kebutuhan jurnalisisme yang baik. Terbukti dengan dalam sepuluh tahun terakhir, peluang dalam memperoleh informasi menentukan pekerjaan seorang wartawan. Begitupun dengan keberadaan telepon, yang bisa membuat wartawan melakukan wawancara di mana saja dan kapan saja, jaringan komunikasi elektronik membuat kemungkinan untuk wartawan bisa mencari keberadaan seseorang dan memperoleh informasi yang berasal dari seluruh dunia. Penggunaan jaringan komputer atau internet dapat membuat wartawan mendapatkan informasi secara cepat dapat memudahkan mereka dalam melaksanakan pekerjaan (Elvinaro et al., 2007).

### 2.1.2.3. Media Baru (*New Media*)

Media baru atau *new media* merupakan hasil dari terjadinya perkembangan teknologi komunikasi massa digital atau komunikasi berbasis internet, yang memungkinkan individu untuk bisa berinteraksi melalui dunia maya dengan tatap muka melalui suara dan berinteraksi dengan menggunakan hologram tanpa bertatap muka langsung, tetapi melalui internet. Media baru adalah macam-macam alat teknologi komunikasi informasi sehingga memungkinkan adanya digitalisasi juga cakupan luas yang digunakan untuk pribadi sebagai alat komunikasi (Quail, D, 2011). Internet merupakan awal mula dari perkembangan teknologi interaksi global pada akhir abad ke-20. Internet telah mengubah cakupan juga sifat dasar dari medium komunikasi yang disebut dengan istilah "*second media age*". Dalam transformasi tersebut, media tradisional seperti radio, koran, juga televisi mulai banyak ditinggalkan oleh masyarakat. Media tradisional menggunakan pola menyebarkan informasi dari satu sumber ke audiens luas, yang bersifat satu arah bahkan tidak ada timbal balik dari interaksi antara pengirim dan penerima. Perbedaan paling mencolok yang nampak dari media baru dan media konvensional seperti media cetak, majalah, tv, dan radio yaitu penggunaannya tidak bisa menggunakan di mana saja, kapan saja, fleksibel dan juga *real time* (Homes, 2005).

Media baru mempunyai tiga komponen utama yang berfungsi sebagai sarana untuk memenuhi kebutuhan manusia dalam berkomunikasi, yaitu teknologi yang digunakan untuk aktivitas komunikasi, praktik serta kebiasaan yang berkaitan dengan cara manusia dalam membangun dan memanfaatkan perangkat tersebut,

serta tatanan sosial dan organisasi yang terbentuk di sekitar penggunaan teknologi itu (Ayu Nadia Varenia & Bagus Yudha Phalguna, 2022).

Roger dalam (Ayu Nadia Varenia & Bagus Yudha Phalguna, 2022) mengungkapkan bahwa kemajuan teknologi saat ini, terutama yang berkaitan dengan internet, membawa perubahan juga perkembangan dalam system komunikasi. Perkembangan sistem komunikasi di era sekarang membuat kemudahan bagi manusia dalam melakukan komunikasi dan juga menjalin hubungan, yang terjadi tidak hanya melalui media audio saja tetapi juga berkembang kearah audio visual. Kehadiran teknologi komunikasi baru ini ditandai dengan adanya tiga komponen utama, yaitu sifat interaktif yang memungkinkan pengguna dapat melakukan komunikasi secara lebih tepat, efektif, juga memuaskan dengan sifat non massal yang berarti pesan bisa dipertukarkan secara khusus dan juga individual abtar pengguna, juga mempunyai keunggulan dalam teknologi komunikasi baru yang memungkinkan pengiriman dan penerimaan pesan terjadi secara *real time* dan bisa dilakukan kapan saja dan di mana saja, sesuai dengan keinginan penggunanya.

Trevo Barr mengungkapkan bahwa Holmes dalam (Ayu Nadia Varenia & Bagus Yudha Phalguna, 2022) menyebutkan bahwa terdapat tipe interaksi yang terjadi akibat adanya media baru (internet), antara lain sebagai berikut:

- 1) *One to one message*: komunikasi terjadi antara individu melalui internet seperti email ataupun surat digital.

- 2) *One to many messages*: komunikasi terjadi oleh komunikator terhadap suatu kelompok tertentu yang berada didalam satu kelompok tertentu, seperti *mailing list* ataupun *broadcast*.
- 3) *Distributed message database*: pesan bisa dikirim secara global dan juga cepat.
- 4) *Real time communication*: komunikasi bisa terjadi dengan menggunakan koneksi internet atau biasa disebut juga sebagai *chatting* seperti *instant messaging*.
- 5) *Real time remote computer utilization*: media computer dimanfaatkan menjadi alat komunikasi, seperti Telnet (*telecommunication network*).
- 6) *Remote information retrieval*: komunikasi dapat dilakukan dari jarak jauh ataupun sebagai mesin pencari informasi diinternet, seperti *word wide web*.

#### **2.1.2.4. Multitasking**

Multitasking dalam kamus daring Bahasa Inggris Merriam-Webser (2025) mempunyai dua arti, yang pertama merupakan pelaksanaan berbagai operasi komputer dalam waktu bersamaan, sedangkan pengertian yang kedua merupakan kegiatan melakukan lebih dari satu pekerjaan dalam waktu yang sama. Dalam penelitian ini, pengertian multitasking ditujukan pada aktivitas yang dilakukan oleh manusia.

Multitasking bisa diartikan menjadi kegiatan melakukan pekerjaan secara dalam waktu yang sama. Salvucci dan Taatgen dalam (Damara & Lukmanto, 2024) mendefinisikan multitasking sebagai suatu kegiatan yang dapat membantu juga membuat produktivitas manusia meningkat secara efektif dan juga efisien.

Multitasking merupakan satu aktivitas yang tidak terlepas dari kehidupan sehari-hari manusia karena dapat membuat proses mengerjakan suatu pekerjaan dengan cepat atau media untuk relaksasi dari tugas maupun hanya untuk bersenang-senang. Salvucci dan Taatgen juga membedakan multitasking kepada dua jenis yaitu *concurrent multitasking* juga *sequential multitasking*.

- 1) *Concurrent multitasking* adalah melakukan suatu pekerjaan sambil merespon intrupsi singkat tanpa menghentikan aktivitas utama. Aktivitas multitasking tipe ini dapat membuat individu menyelesaikan nenerapa tugas secara sekaligus dengan lebih efisien dan meningkatkan kinerja. Contohnya adalah ketika individu mengendarai kendaraan sambil membaca petunjuk jalan di Google.
- 2) *Sequential multitasking* adalah suatu aktivitas yang membuat individu beralih dari satu tugas utama ke tugas berikutnya. Beberapa orang melakukan satu pekerjaan sambil menjalankan pekerjaan lainnya secara bergiliran. Aktivitas multitasking jenis ini memerlukan keahlian dalam melaksanakan fokus dan perhatian dalam melakukannya. Contoh dari aktivitas ini adalah mengisi waktu ketika menunggu air mendidih dengan membaca buku.

Menurut Alder & Benbunan-Fich dalam (Damara & Lukmantoro, 2024) meskipun dalam beberapa situasi praktik multitasking ini terasa mudah untuk dilakukan, namun di situasi lainnya kegiatan ini seolah tidak mungkin untuk dilakukan, seperti membaca dan mendengarkan yang merupakan dua hal berbeda. Meskipun multitasking bisa meningkatkan produktivitas, namun kemampuan

tersebut terbatas oleh batasan kognitif yang dimiliki manusia ketika mengerjakan banyak tugas yang berat secara bersamaan. Jika dikerjakan secara berlebih, multitasking akan membuat akurasi dan efektivitas menurun, dan berakibat pada timbulnya kesalahan yang serius.

#### **2.1.2.5. Jurnalis**

##### **2.1.2.5.1. Pengertian Jurnalis**

Jurnalistik atau *journalism* dalam bahasa Prancis yaitu "*journ*" artinya catatan harian. Dari kata itulah muncul istilah kata jurnalis, merupakan orang yang melakukan kegiatan jurnalistik (Musman & Mulyadi, 2017). Memahami jurnalis lebih dalam, jurnalis adalah seseorang yang mempunyai pekerjaan dalam mengumpulkan, mengolah, dan menyiarkan berbagai macam catatan harian tersebut (Hamdan, 2016). Sedangkan jurnalistik adalah kemampuan dalam mengolah bahan suatu pemberitaan, yang dimulai dari proses meliput hingga proses menyusun suatu bahan yang dianggap layak untuk disebarluaskan kepada masyarakat (Effendy, 2009). Baik itu berupa peristiwa yang bersifat besar maupun kecil, perlakuan suatu individu maupun organisasi, selama dianggap bisa menarik perhatian massa baik itu pendengar, pemirsa, atau pembaca maka dapat menjadi suatu bahan jurnalistik yang nantinya akan diolah menjadi sebuah pemberitaan yang disebarluaskan kepada khalayak (Saeful Muhtadi, 2018).

Menurut Dja'far Assegar dalam (Dewi Akstari, 2010) bahwa seiring dengan perkembangannya, istilah jurnalistik diselaraskan dengan pers dan jurnalis. Hal ini bukan hal yang mengherankan karena antara jurnalistik dan jurnalis merupakan sebuah kesatuan yang dalam prakteknya tidak dapat dipisahkan. Jika terdapat

pemaknaan masing-masing, maka hal tersebut tidak lain hanyalah untuk memudahkan pemahaman dari dua istilah tersebut, yaitu jurnalis merupakan bagian dari tubuh jurnalistik. Namun, menurut (Sumadiria, 2005) jurnalistik berbeda dengan pers dan media massa. Jurnalistik merupakan suatu kegiatan yang memungkinkan pers atau media massa dapat melakukan pekerjaan dan mendapatkan pengakuan kehadirannya dengan baik. Sedangkan hubungan antara pers dan jurnalistik adalah pers merupakan media untuk menyebarluaskan hasil dari olahan jurnalistik. Pers ini mempunyai sifat yang lebih teknis, yaitu sebagai medium dari produk jurnalistik (Saeful Muhtadi, 2018).

#### **2.1.2.5.2. Bentuk-Bentuk Jurnalistik**

Jika dilihat secara umum, karya jurnalistik yang dihasilkan oleh jurnalis masih terfokus pada karya yang berbentuk jurnalistik media cetak seperti tulisan, baik itu berupa majalah, tabloid, surat kabar, ataupun jurnal ilmiah. Padahal, seiring dengan berkembangnya teknologi komunikasi, karya jurnalistik yang dihasilkan oleh jurnalis juga mengalami perkembangan diantaranya seperti jurnalistik media elektronik auditif seperti jurnalistik radio siaran dan jurnalistik media elektronik audiovisual seperti jurnalistik televisi siaran (Sumadiria, 2005). Selain itu, saat ini bentuk jurnalistik juga semakin berkembang lagi menjadi jurnalistik foto, dan jurnalistik *online* (Saeful Muhtadi, 2018).

#### **2.1.2.5.3. Fungsi Jurnalistik**

Jurnalistik mempunyai fungsi lebih dari sekedar pemberi informasi kepada publik, tetapi juga:

- 1) Fungsi untuk menyiarkan informasi

- 2) Fungsi untuk mendidik: media telah berhasil memainkan fungsinya sebagai perantara yang efektif dalam melakukan Pendidikan terkait dengan moral, politik, sosial, dan berbagai macam arti kehidupan secara besar-besaran.
- 3) Fungsi untuk menghibur: jika dilihat secara umum, media massa ini memang mempunyai fungsi untuk menghibur, terutama bagi khalayak yang acuh atau belum melek informasi, yang membuat mereka hanya menganggap media massa ini sebagai saluran dalam mencari hiburan semata.
- 4) Fungsi untuk memengaruhi: melalui karya jurnalistik yang disuguhkan, khalayak akan dengan mudah terpengaruh dalam membentuk suatu opini. Fungsi ini merupakan salah satu yang paling penting agar bisa mempunyai peran dikalangan publik. Dalam konteks ini, surat kabar mempunyai upaya untuk bisa memengaruhi publik melalui tajuk rencana, artikel, dan karikатурnya. Radio berupaya untuk bisa memengaruhi publik melalui komentar ringan disela siaran maupun wawancara kepada tokoh ataupun pihak yang berpengaruh. Selain itu untuk bisa memengaruhi massa juga dilakukan dengan cara menghasilkan tulisan-tulisan yang mempunyai unsur *human interest* (Saeful Muhtadi, 2018).

#### **2.1.2.5.4. Jurnalis Sebagai Profesi**

Jurnalistik merupakan satu rangkaian yang berkaitan dengan profesi jurnalis atau biasa disebut juga dengan wartawan. Jika jurnalistik cenderung mengarah pada kegiatan atau proses kerja kewartawanan maupun kepenulisan, maka jurnalis atau wartawan adalah orang yang melakukan atau mengerjakan tugas tersebut. Karena

itu, jurnalis atau wartawan dikenal sebagai orang yang mempunyai pekerjaan sebagai pencari atau pembuat berita. Dalam hal ini, kata jurnalis lebih umum digunakan karena kata tersebut berasal dari Bahasa Inggris yaitu *journalism*, yang kemudian diserap menjadi Bahasa Indonesia yaitu jurnalis, karena kata tersebut menjadi sangat populer. Hanya saja, kata manapun yang akhirnya digunakan, keduanya mempunyai makna yang sepadan dalam lingkup pers nasional, terbukti dengan adanya dua organisasi Persatuan Wartawan Indonesia (PWI) dan Asosiasi Jurnalis Independen (AJI) yang diakui oleh masyarakat Indonesia sebagai tempat bernaung semua orang yang mempunyai profesi sebagai pencari atau pembuat berita. Selain jurnalis dan wartawan ada juga istilah kameramen, fotografer, reporter, editor, dan redaktur yang sama-sama bekerja dilingkup media massa dan berkaitan dengan pencarian berita, hanya saja masing-masing mempunyai spesifikasi pekerjaan yang berbeda-beda (Hikmat M, 2018).

Jurnalis atau wartawan mempunyai landasan yang dapat menguatkan bahwa jurnalis atau wartawan merupakan suatu profesi, yaitu dalam ketentuan umum pasal 1 Undang-Undang No. 11 Tahun 1966 yang mengungkapkan jika wartawan didefinisikan sebagai karyawan yang melakukan pekerjaan kewartawanan, yaitu kegiatan sah yang mempunyai hubungan dengan kegiatan mengumpulkan, mengolah, dan menyiarkan dengan berbentuk fakta, ulasan, gambar, dan lainnya untuk berbagai perusahaan seperti pers, televisi, film, dan radio. Terdapat juga Undang-Undang No. 40 Tahun 1999 yang mendeskripsikan wartawan sebagai orang yang aktif melakukan kegiatan jurnalistik. Selanjutnya, terdapat beberapa pasal yang berada didalam peraturan perundang-undangan terkait pers yang telah

menegaskan bahwa wartawan merupakan sebuah profesi. Seperti dalam Undang-Undang No. 40 Tahun 1999 tentang Pers pada Bab 1 Pasal 1 ayat (10) yang mengungkapkan “Hak tolak adalah hak wartawan karena profesi-nya, untuk menolak mengungkapkan nama dan atau identitas lainnya dari sumber berita yang harus dirahasiakan.” Juga pada Bab II Pasal 8 yang berbunyi “Dalam melaksanakan profesi-nya wartawan mendapatkan perlindungan hukum,” (Hikmat M, 2018).

Masduki dalam (Hakim, n.d.) terdapat empat atribut profesional yang melekat pada jurnalis atau wartawan, yaitu:

- 1) Keahlian: jurnalis atau wartawan dalam menjalankan tugasnya berdasarkan keterampilan yang berbasis pengetahuan.
- 2) Otonomi: jurnalis atau wartawan mempunyai kebebasan dalam melaksanakan tugas dan mengatur dirinya sendiri.
- 3) Komitmen: jurnalis atau wartawan mempunyai komitmen yang mengutamakan pelayanan publik, bukan pada keuntungan ekonomi dirinya sendiri.
- 4) Tanggung jawab: jurnalis atau wartawan mempunyai kemampuan dalam memenuhi kewajiban dan bertindak berdasarkan kode etik yang mengacu pada norma sosial yang berlaku di masyarakat.

#### **2.1.2.5.5. Etika Jurnalis**

Shoemaker dan Reese menurut Nuruddin dalam (Hikmat M, 2018) mengungkapkan jika seorang jurnalis memiliki etika yang harus ditaati, diantaranya adalah:

- 1) Seorang jurnalis mempunyai kebebasan: ini berlaku dalam memberitakan apa saja tanpa pengaruh dari siapa saja.
- 2) Seorang jurnalis harus berlaku adil kepada semua orang: setiap individu jurnalis harus menerapkan dan memiliki sikap *fair play* dengan fakta yang sebenarnya terjadi yang mereka temui dilapangan.
- 3) Seorang jurnalis harus independen: tidak mengikuti siapapun dan bebas dari kepentingan yang mempunyai unsur keberpihakan.
- 4) Seorang jurnalis harus menjamin ketepatan: berlaku dalam berita yang dibuat dan disebarluaskannya, serta bersifat objektif. Karena Tingkat akurasi dan kebenaran yang diberikan oleh jurnalis berpengaruh pada Tingkat kepercayaan public pada mereka.
- 5) Seorang jurnalis atau wartawan harus memiliki tanggung jawab: dalam memberitakan sesuatu, seorang jurnalis harus disertai sikap tanggung jawab terhadap akibat dari pemberitaan yang disampaikan, baik tanggung jawab kepada diri sendiri, masyarakat, ataupun kepada Tuhan.

Seorang jurnalis menurut (Kovach, 2001) dalam melaksanakan pekerjaannya mempunyai sembilan elemen yang harus dipenuhi, yaitu:

- 1) Seorang jurnalis mempunyai kewajiban untuk berpihak kepada kebenaran
- 2) Seorang jurnalis harus memiliki loyalitas yang tinggi kepada masyarakat
- 3) Seorang jurnalis dalam menjalankan tugasnya harus disiplin dalam melakukan verifikasi
- 4) Seorang jurnalis harus independen
- 5) Seorang jurnalis harus menjadi *watchdog* atau pemantau kekuasaan

- 6) Seorang jurnalis harus mengadakan forum dengan publik untuk kritik dan komentar masyarakat
- 7) Seorang jurnalis harus membuat produk yang penting, relevan dan menarik untuk masyarakat
- 8) Seorang jurnalis harus bisa menjaga agar berita tetap komprehensif dan proporsional
- 9) Seorang jurnalis harus mengikuti hati nurani dirinya sendiri.

#### **2.1.2.6. Era Disrupsi**

##### **2.1.2.6.1. Pengertian Era Disrupsi**

Meskipun teknologi memegang peranan sentral, era disrupsi ini tidak hanya tentang kemajuan teknologi saja. Lebih dari itu, era disrupsi adalah sebuah perubahan paradigma yang terjadi dari bagaimana cara individu berpikir, bekerja, dan berinteraksi (Saputra, 2025).

##### **2.1.2.6.2. Karakteristik Era Disrupsi**

Terdapat beberapa karakteristik utama yang terjadi di era disrupsi, diantaranya sebagai berikut:

- 1) Perubahan yang eksponensial: yaitu ketika perubahan tidak lagi berubah dengan cara bertahan tetapi menjadi semakin cepat dan tidak terduga.
- 2) Inovasi yang radikal: yang menjadi ciri dari munculnya era disrupsi adalah adanya inovasi-inovasi baru yang dapat mengubah permainan (*game changing innovation*) yang tidak hanya memperbaiki produk yang telah ada tetapi juga menghadirkan kategori baru serta memecah status quo.

- 3) Demokratisasi teknologi: pada awalnya teknologi hanya dapat diakses oleh sekelompok orang saja, saat ini menjadi semakin mudah dan dapat diakses oleh siapa saja. Contohnya adalah internet *smartphone* dan *cloud computing* yang mendemokratisasi akses informasi, komunikasi, juga sumber daya komputasi.
- 4) Pergeseran kekuatan ekonomi: peta kekuatan ekonomi dunia telah mengalami perubahan akibat munculnya era disrupsi ini. Perusahaan-perusahaan besar yang dulunya sempat mendominasi pasar, saat ini harus bersaing dengan perusahaan *startup* kecil yang inovatif. Model bisnis tradisional yang semula menjadi senjata kunci kini mulai ditinggalkan sehingga butuh diadaptasi bahkan diganti menjadi model bisnis yang lebih relevan di era digital.
- 5) Ketidakpastian atau kompleksitas: era disrupsi merupakan satu era yang penuh dengan ketidakpastian dan kompleksitas. Ketika perubahan terjadi dengan sangat cepat dan berasal dari berbagai arah, yang menyebabkan era ini sulit untuk diprediksi juga dikendalikan. Para pengusaha ataupun organisasi dituntut untuk bisa beradaptasi dengan cepat, fleksibel, dan juga responsif terhadap perubahan yang terjadi (Saputra, 2025).

#### **2.1.2.6.3. Pendorong Utama Disrupsi**

##### 1) Teknologi

Teknologi mempunyai peran sebagai penggerak utama terjadinya disrupsi. menjadi mesin utama yang menggerakkan disrupsi. Perkembangan teknologi informasi dan komunikasi, *artificial intelligence* (AI),

*biotechnology*, *nanotechnology*, dan teknologi lainnya menghadirkan peluang yang tidak terbatas. Internet dan *mobile technology* telah mengubah secara drastis cara kita dalam melakukan komunikasi, berbelanja, dan juga bekerja. AI dan otomatisasi mentransformasi proses produksi juga layanan, sekaligus menghadirkan jenis-jenis pekerjaan baru yang sebelumnya belum pernah ada. Sementara itu, bioteknologi dan nanoteknologi membuka peluang yang besar untuk inovasi di bidang Kesehatan, pertanian, dan juga energi.

## 2) Globalisasi

Globalisasi merupakan proses penyatuan antara aspek ekonomi, sosial, dan budaya antar negara. Fenomena ini membuka peluang pasar yang baru bagi perusahaan, meningkatkan Tingkat persaingan, juga mempercepat perubahan teknologi dan pengetahuan. Kehadiran internet dan juga teknologi komunikasi telah mempersingkat jarak dan juga waktu, sehingga memungkinkan kegiatan bisnis dijalankan secara global dengan lebih mudah dan efisien.

Selain itu, globalisasi juga mendorong terjadinya disrupsi melalui tekanan persaingan yang semakin ketat. Perusahaan yang berasal dari negara berkembang dan memiliki biaya produksi lebih rendah dapat menjadi pesaing yang serius bagi perusahaan mapan dari negara maju. Selanjutnya, konsumen akan mendapatkan lebih banyak pilihan juga akses terhadap produk dan layanan yang berasal dari berbagai belahan dunia. Kondisi ini menuntut perusahaan untuk terus melakukan inovasi dan juga meningkatkan efisiensi agar bisa tetap kompetitif.

### 3) Perubahan sosial

Perubahan sosial meliputi perubahan nilai-nilai, preferensi, dan perilaku masyarakat. Faktor-faktor seperti perubahan demografi, urbanisasi, meningkatnya kesadaran lingkungan, dan perubahan gaya hidup turut memengaruhi permintaan pasar sekaligus membuka peluang baru bagi inovasi. Selain itu, perubahan sosial juga mendorong terjadinya disrupsi dengan menciptakan kebutuhan dan permintaan baru bagi masyarakat (Saputra, 2025).

#### **2.1.2.6.4. Dampak Disrupsi Pada Berbagai Industri**

Disrupsi ini berdampak pada hampir semua industri, walaupun mempunyai tingkat dan bentuk yang bervariasi. Diantara industri yang terdampak adalah:

##### 1) Industri Media dan Hiburan

Industri media dan hiburan merupakan salah satu sektor awal yang paling terdampak oleh disrupsi digital. Kehadiran internet dan berbagai platform digital mengubah cara masyarakat dalam mengakses dan menikmati berita, musik, film, juga beragam konten hiburan lain. Media cetak seperti surat kabar dan majalah mengalami penurunan pembacanya secara signifikan, sementara stasiun televisi dan radio konvensional kehilangan banyak pemirsa dan pendengarnya. Berbeda dengan platform *streaming* daring dan media sosial menunjukkan pertumbuhan yang sangat pesat. Selain itu, model bisnis lama yang bergantung pada iklan dan penjualan konten fisikpun dituntut untuk beradaptasi dengan pendekatan digital, seperti sistem berlangganan, *content marketing*, dan *influencer marketing*.

## 2) Industri Ritel

Ritel menjadi industri yang mengalami disrupsi secara besar-besaran akibat *e-commerce*. Hal tersebut mengakibatkan toko fisik tradisional menjadi harus bersaing dengan keberadaan toko *online* dengan penawaran harga yang lebih murah, variasi produk yang mempunyai banyak macam, juga kemudahan dalam melakukan belanja dari rumah.

## 3) Industri Transportasi

Industri transportasi mengalami disrupsi dengan munculnya layanan transportasi *online (ride-hailing)* yang menawarkan kemudahan, harga yang transparan, dan pilihan transportasi yang beragam dibandingkan dengan taksi konvensional yang mengalami penurunan pendapatan juga pasar secara signifikan.

## 4) Industri Keuangan

Keuangan menjadi salah satu industri yang mengalami disrupsi, teknologi *fintech (financial technology)* melahirkan berbagai macam inovasi dalam bidang pembayaran, investasi, peminjaman, juga asuransi. Saat ini keberadaan Bank dan Lembaga keuangan tradisional lain harus melakukan investasi di era teknologi digital. Juga dituntut untuk dapat melakukan kolaborasi dengan *stratup fintech* agar bisa tetap relevan di era disrupsi yang menghadirkan *mobile banking, e-wallet, roboadvisor, peer-to-peer lending* dan *cryptocurrency*.

## 5) Industri Pendidikan

Munculnya teknologi digital dan *online learning* membuat pendidikan menjadi salah satu industri yang mengalami disrupsi. Munculnya aplikasi pendidikan *online* seolah dapat menjadi alternatif pendidikan yang dapat dilaksanakan dengan lebih fleksibel, personalisasi, dan juga terjangkau dibandingkan dengan sistem pendidikan tradisional yang berlangsung di dalam kelas. Hal tersebut mengakibatkan lembaga pendidikan formal harus dapat beradaptasi dengan model pembelajaran *online learning* dan *blended learning*, juga mengembangkan kurikulum agar dapat relevan dengan kebutuhan pasar kerja yang terjadi di era digital ini (Saputra, 2025).

### **2.1.2.6.5. Peluang Dan Tantangan Bagi Pengusaha di Era Disrupsi**

Era disrupsi dapat membawa peluang sekaligus tantangan yang seimbang bagi para pelaku usaha. Dalam situasi ini, disrupsi dapat membuka ruang yang luas bagi lahirnya inovasi juga penciptaan nilai baru sehingga memungkinkan pengusaha yang mampu dalam membaca peluang ditengah perubahan ini berani dalam mengambil resiko, juga mampu dalam beradaptasi secara cepat berpotensi mendapatkan keberhasilan besar di era ini.

Disisi lain disrupsi juga dapat memicu persaingan berjalan lebih ketat, tingkat ketidakpastian tinggi, juga perubahan berlangsung dengan sangat cepat. Sehingga keadaan tersebut menuntut pengusaha untuk terus menyesuaikan diri dengan dinamika pasar, perkembangan teknologi, perubahan regulasi, juga menghadapi resiko kegagalan yang lebih besar. Pengusaha yang tidak bisa bersaing,

lambat beradaptasi, dan tidak mampu melakukan inovasi mempunyai resiko yang besar untuk tersingkir oleh arus disrupsi (Saputra, 2025).

### **2.1.3. Kerangka Teoritis**

#### **Teori Ekonomi Politik Media (*Political Economy Media Theory*)**

Teori ini dikaji oleh Vincent Mosco dalam bukunya *The Political Economy of Communication* (1998). Menurut Vincent Mosco, 1998 dalam (Hasan, 2013), konsep ekonomi politik dapat dipahami melalui dua sudut pandang, yaitu dalam arti yang sempit dan arti yang luas. Dalam pengertian sempit, ekonomi politik merujuk pada kajian mengenai hubungan sosial, terutama yang berkaitan dengan relasi kekuasaan yang mempengaruhi proses produksi, distribusi, serta konsumsi berbagai sumber daya, termasuk sumber daya komunikasi. Sementara itu, dalam pengertian yang lebih luas, ekonomi politik membahas bagaimana proses pengendalian dan pemeliharaan kehidupan sosial berlangsung dalam suatu sistem ekonomi dan politik.

Dalam konteks komunikasi dan media, yang dimaksud sumber daya tersebut mencakup beragam bentuk sarana dan produk media, seperti surat kabar, media penyiaran, buku, rekaman audio, film, maupun platform berbasis internet, dan juga bentuk lainnya (Hasan, 2013). Munculnya pendekatan ini tidak terlepas dari semakin besarnya pengaruh media dalam membentuk berbagai perubahan di kehidupan masyarakat. Media dipandang memiliki peran penting dalam menciptakan dan meningkatkan nilai ekonomi, terutama untuk menghasilkan keuntungan dalam industri komunikasi (Hanifah et al., 2021). Selanjutnya, Graham sebagaimana yang dikutip oleh MCQuail, 2000 dalam (Hasan, 2013)

mengungkapkan jika fokus kajian ini tertuju pada aspek kepemilikan, mekanisme pengendalian, serta dominasi pasar dalam industri media. Berdasarkan sudut pandang tersebut, lembaga media massa dipahami sebagai entitas ekonomi yang tidak terpisahkan dari struktur politik. Ciri utamanya terlihat pada proses produksi konten yang dipengaruhi oleh pertukaran nilai berbagai jenis isi media dalam situasi dorongan perluasan pasar, sekaligus dibentuk oleh kepentingan ekonomi dan politik para pemilik modal serta regulator media. Kepentingan-kepentingan itu umumnya berkaitan dengan orientasi perolehan keuntungan, yang muncul seiring kecenderungan praktik monopoli dan integrasi usaha, baik secara vertikal maupun horisontal.

Mocso dalam (Hasan, 2013), mengemukakan tiga konsep utama yang dapat digunakan untuk menganalisis media dan komunikasi melalui pendekatan ekonomi politik, yaitu komodifikasi (*commodification*), spasialisasi (*spatialization*), dan strukturasi (*structuration*). Ketiga konsep tersebut menjadi kerangka penting untuk memahami bagaimana industri media beroperasi, memperluas jangkauan kekuasaan, serta membentuk hubungan sosial dalam masyarakat.

#### 1) Komodifikasi

Komodifikasi merujuk pada proses perubahan barang atau jasa dari sekadar memiliki nilai guna menjadi komoditas yang memiliki nilai tukar di pasar. Dalam konteks media massa, proses ini tidak hanya melibatkan produk media itu sendiri, tetapi juga berbagai pihak yang terkait, seperti pekerja media, audiens, serta negara ketika masing-masing memiliki kepentingan tertentu dalam aktivitas media tersebut.

Menurut Mosco dalam (Anggraeni & Wenats Wuryanta, 2020), mengungkapkan jika dalam bidang komunikasi, komodifikasi pada dasarnya dapat dibedakan ke dalam tiga bentuk utama, yaitu:

- (1) Komodifikasi isi, yaitu proses mengubah pesan atau kumpulan data menjadi suatu sistem makna yang dikemas sebagai produk media sehingga dapat dipasarkan.
- (2) Komodifikasi khalayak, yaitu merujuk pada perubahan peran audiens yang mulanya hanya sebagai pengguna media menjadi komoditas yang dapat dimanfaatkan oleh perusahaan media untuk kepentingan pasar iklan. Dalam proses ini, perusahaan media membentuk dan mengumpulkan audiens, kemudian “menjual” perhatian khalayak tersebut kepada pengiklan. Situasi ini menciptakan hubungan yang saling menguntungkan antara perusahaan media dan pengiklan, karena media berfungsi sebagai sarana untuk menarik perhatian khalayak yang pada akhirnya menjadi target promosi bagi para pengiklan.
- (3) Komodifikasi tenaga kerja, yaitu pemanfaatan pekerja media sebagai unsur utama dalam kegiatan produksi dan distribusi untuk menghasilkan berbagai komposisi berupa barang maupun jasa media.

Ketiga bentuk komodifikasi tersebut mencerminkan bagaimana praktik ideologi kapitalisme bekerja dalam industri media. Melalui proses tersebut, aktivitas produksi dan distribusi media dalam kehidupan sehari-hari tidak hanya berfungsi sebagai sarana komunikasi, tetapi juga menjadi bagian dari

mekanisme ekonomi yang mengubah berbagai unsur media menjadi komoditas yang memiliki nilai pasar.

## 2) Spasialisasi

Spasialisasi berkaitan dengan upaya mengatasi keterbatasan ruang dan waktu dalam kehidupan sosial melalui perkembangan institusi media. Menurut Mosco dalam (Hasan, 2013), konsep ini menjelaskan proses perluasan lembaga media melalui pembentukan struktur korporasi dan pertumbuhan skala perusahaan media. Perluasan tersebut dapat terjadi dalam dua bentuk yaitu horizontal dan vertikal. Integrasi horizontal merujuk pada penggabungan atau kepemilikan perusahaan media lain yang sejenis sehingga membentuk konglomerasi atau konsentrasi kepemilikan media. Sementara itu, integrasi vertikal merupakan penggabungan antara perusahaan induk dan anak perusahaan dalam satu rantai bisnis untuk memperkuat kendali terhadap proses produksi media.

Selain itu, spasialisasi juga dapat berlangsung melalui ekspansi internasional. Mosco dalam (Hasan, 2013) menjelaskan bahwa integrasi horizontal dapat terjadi ketika perusahaan media membeli sebagian besar saham perusahaan lain, baik yang bergerak di bidang media maupun di luar sektor tersebut. Dalam praktiknya, hal ini sering terlihat dalam bentuk kepemilikan silang berbagai jenis media, seperti surat kabar, majalah, radio, dan televisi oleh satu kelompok perusahaan. Proses internasionalisasi ini mencerminkan perluasan ruang ekonomi global yang melibatkan aliran modal, informasi, dan komunikasi antar wilayah.

### 3) Strukturasi

Menurut Mosco dalam (Hasan, 2013), strukturasi membahas hubungan timbal balik antara agensi individu, proses sosial, dan praktik sosial dalam analisis struktur. Konsep ini menekankan bagaimana tindakan manusia memengaruhi dan dibentuk oleh struktur sosial di sekitarnya. Strukturasi menggabungkan peran agensi manusia dengan perubahan sosial, menunjukkan bagaimana struktur diproduksi dan direproduksi melalui interaksi agen manusia. Pendekatan ini juga menyoroti hubungan sosial yang mendasari perilaku individu, termasuk faktor kelas, ras, dan gender, serta menyeimbangkan analisis ekonomi politik media dengan menampilkan interaksi antara lembaga seperti bisnis dan pemerintah.

## 2.2. Kerangka Pemikiran

Kerangka pemikiran adalah sebuah kerangka yang ditujukan sebagai acuan dan disusun dari berbagai aspek kajian, baik secara teoritis maupun empiris sehingga dapat menumbuhkan gagasan dan mendasari penelitian (Mulyadi, 2012). Dalam kerangka pemikiran ini, dijelaskan mengenai masalah pokok penelitian, serta akan menjelaskan alur pikir peneliti yang dijadikan skema dalam melatarbelakangi pemikiran selama proses penyusunan penelitian. Kerangka pemikiran ini akan menggambarkan alur pikir peneliti untuk dapat mengetahui Tuntutan Multitasking Jurnalis di Era Disrupsi (Studi Kasus Mengenai Pola Kerja Jurnalis Era Digital di Tribun Jabar). Oleh karena itu, kerangka pemikiran ini diperlukan sebagai pemetaan ataupun *mind mapping* penelitian.

Dalam penelitian ini, peneliti menjadikan fenomena multitasking dan pola kerja jurnalis Tribun Jabar yang terbentuk akibat era disrupsi sebagai objek penelitian. Tribun Jabar merupakan salah satu portal media daring dan surat kabar harian yang telah mengalami konvergensi. Oleh karena itu, Tribun Jabar telah sadar akan adanya perkembangan digitalisasi internet saat ini. Tribun Jabar berhasil mempertahankan eksistensinya di tengah perubahan yang terjadi secara besar-besaran ini. Hal tersebut dapat terjadi melalui penyesuaian jurnalis dan manajemen medianya yang terjadi secara bertahap, menyesuaikan perkembangan zaman.

Penelitian ini menggunakan teori Ekonomi Politik Media (*Political Economy Media Theory*) yang dikemukakan oleh Vincent Mosco (1998). Teori ini dipilih karena dapat melihat media yang tidak hanya berfungsi sebagai sarana untuk penyampaian informasi, tetapi juga sebagai industri yang dipengaruhi oleh kepentingan ekonomi (bisnis), kekuasaan, serta dinamika tenaga kerja. Mosco mengungkapkan tiga konsep pokok yang dapat dipakai untuk menganalisis media dan komunikasi melalui perspektif ekonomi politik, yaitu komodifikasi (*commodification*), spasialisasi (*spatialization*), dan strukturasi (*structuration*).

#### 1) Komodifikasi (*Commodification*)

Dalam penelitian ini, komodifikasi merujuk pada suatu proses ketika informasi atau berita dijadikan komoditas yang mempunyai nilai ekonomi. Konsep komodifikasi menjelaskan tiga elemen utama yang dapat dijadikan komoditas di dalam industri media, yaitu isi, khalayak, serta tenaga kerja.

(1) Komodifikasi isi menjelaskan jika berita diproduksi sedemikian rupa agar dapat memenuhi kebutuhan pasar serta menarik perhatian audiens melalui

konten multiplatform berupa teks, foto, video, dan konten media sosial. Komodifikasi isi ini berkaitan dengan isi konten dari media yang akan disebar luaskan ke audiens.

- (2) Komodifikasi khalayak yaitu ketika khalayak diposisikan sebagai target pasar yang menjadi tolak ukur keberhasilan distribusi suatu konten, yang dapat dibuktikan melalui banyaknya klik, tayangan, dan interaksi.
- (3) Komodifikasi tenaga kerja, yaitu jurnalis dituntut untuk dapat melaksanakan berbagai tugas secara multitasking, seperti menulis, mengumpulkan berita, mengambil gambar, mengedit, serta mengunggah konten secara *real time*.

## 2) Spasialisasi

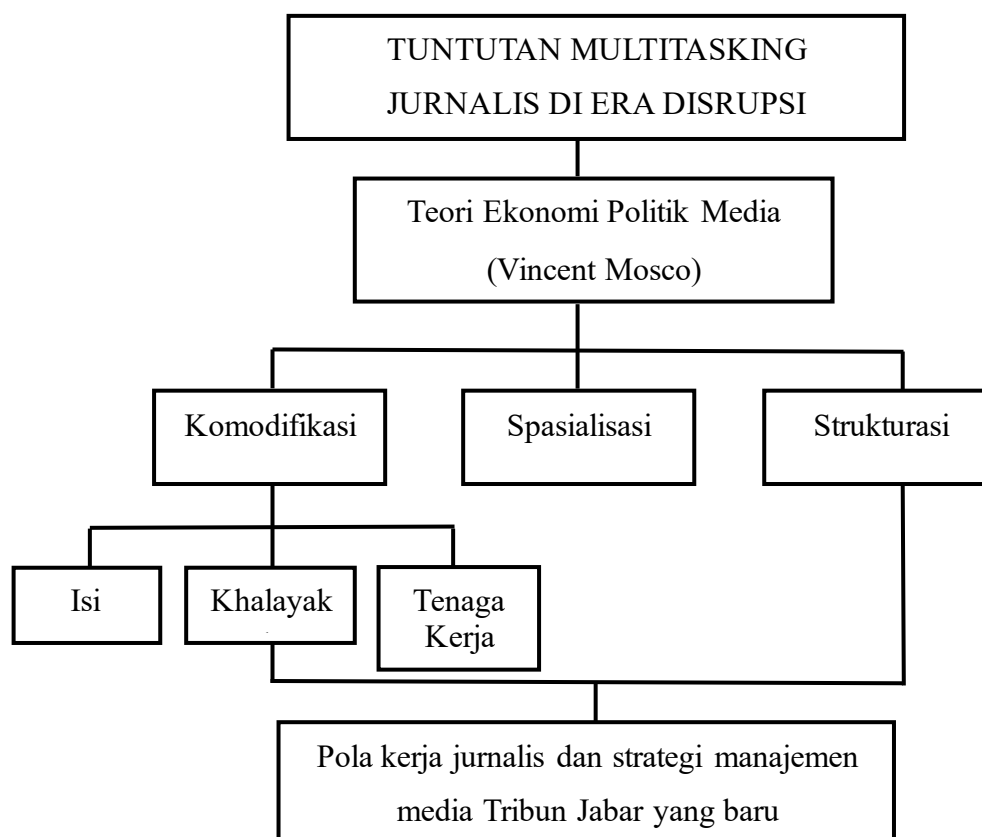
Menurut Mosco, spasialisasi merupakan suatu proses penggunaan teknologi komunikasi untuk mengatasi hambatan ruang dan waktu dalam memproduksi juga mendistribusikan media. Dalam konteks penelitian ini, spasialisasi terlihat dari pola kerja jurnalis digital yang tidak lagi dibatasi oleh ruang dan waktu karena tuntutan produksi berita yang serba cepat dan real-time.

## 3) Strukturasi

Strukturasi menurut Mosco menjelaskan mengenai hubungan timbal balik yang terjadi antara satu individu dengan struktur sosialnya. Sementara dalam penelitian ini dilihat melalui hubungan antara manajemen media dengan jurnalisnya, khususnya terkait tugas atau tuntutan kerja yang diberikan.

Dengan demikian, teori ini dapat memberikan gambaran terkait pemahaman dan perspektif yang berguna dalam menganalisis ketiga konsep tersebut secara utuh dan tidak terpisahkan, dengan memperhatikan bagaimana masing-masing proses terjadi dan terealisasi bagi manajemen media dan jurnalis Tribun Jabar. Kemudian, tiga konsep dari teori Mosco tersebut dioperasikan sebagai pertanyaan yang terstruktur, dalam konteks mengungkap tuntutan multitasking jurnalis di era disrupsi yang kemudian membentuk pola kerja jurnalis dan strategi manajemen media terutama di media lokal Tribun Jabar. Berdasarkan uraian yang telah dipaparkan di atas, maka penelitian ini membuat model kerangka pemikiran sebagai berikut:

**Gambar 2.1 Kerangka Pemikiran**



Sumber: Modifikasi Peneliti dan Pembimbing, (2026).