

BAB II
KAJIAN PUSTAKA

2.1 Penelitian Terdahulu

Berdasarkan analisa peneliti, peneliti telah melakukan kajian-kajian penelitian terdahulu yang memiliki kesinambungan dengan penelitian yang sedang peneliti teliti:

Tabel 2.1
Penelitian Terdahulu

No	Nama Peneliti/Judul Penelitian	Rumusan Maslaah	Teori/Metode Penelitian	Hasil Penelitian
1	<p style="text-align: center;">STRATEGI REDAKSI TIRTO.ID DALAM PENYAJIAN BERITA DI MEDIA ONLINE</p> <p style="text-align: center;">Wiji Agustin Sasmita/ UIN Sunan Ampel Surabaya/ (2019)</p>	<p style="text-align: center;">Bagaimana strategi redaksimedia Tirto.id dalam menyajikan berita di mediaonline?</p>	<p style="text-align: center;">Teori: Ekologi Media</p> <p style="text-align: center;">Kualitatif Deskriptif</p>	<p style="text-align: center;">Hasil dari Penelitian ini adalah kecepatan bukan yang utama dalam hal jurnalisme online, prinsip jurnalistik (pentingnya penerapan cover both side), ke dalaman berita lebih penting daripada banyaknya jumlah perhari, dan iklan bukan target utama.</p>

<p>2</p>	<p>Strategi Redaksi Dalam Meningkatkan Kualitas Berita Kriminal Di Surat Kabar Harian Pagi Metro Jambi</p> <p>Dwi Safitri/UIN Sulthan Thaha Saifuddin Jambi/ (2020)</p>	<p>1. Strategi apa yang di gunakan Harian Pagi Metro Jambi dalam meningkatkan kualitas berita kriminal.</p> <p>2. Bagaimana Proses pembuatan berita kriminal Pada surat kabar Harian Pagi Metro Jambi?</p>	<p>Teori: - Kualitatif Deskriptif</p>	<p>Hasil Penelitian ini adalah Strategi redaksi dalam meningkatkan kualitas berita kriminal adalah memperhatikan sumber daya manusia (SDM) di dalam melakukan perekrutan wartawan</p>
<p>3</p>	<p>Strategi Redaksi Cakaplah.com dalam Menyajikan Berita Politik.</p> <p>Kenti Asih Safitri/ UIN Sultan Syarif Kasim Riau/(2020)</p>	<p>Bagaimana Strategi Redaksi Cakaplah.com Dalam Menyajikan Berita Politik?</p>	<p>Teori: Harold D.Laswell Kualitatif Deskriptif</p>	<p>Hasil penelitian ini adalah terdapat 2 strategi dari media Cakaplah.com dalam menyajikan berita politik. Yang pertama, memilih isu politik dengan cara mencari isu berdasarkan informasi hangat dan mengikuti siklus berita yang sudah ada. Yang kedua ialah strategi meliput berita dengan menugaskan wartawan menggali informasi dengan menggunakan langkah observasi langsung, wawancara langsung dan wawancara via telepon</p>

<p>4</p>	<p>Strategi Redaksi Suarariaupos.com Dalam Meningkatkan Jurnalisme Positif.</p> <p>Andi Alauddin/ UIN Sultan Syarif Kasim Riau/(2021)</p>	<p>Bagaimana Strategi Redaksi Suarariaupos.com Dalam Meningkatkan Jurnalisme Positif?</p>	<p>Teori: perencanaan, pengorganisasian, pergerakan, dan pengawasan</p> <p>Kualitatif Deskriptif</p>	<p>Hasil penelitian ini adalah terdapat 4 strategi yang digunakan oleh tim redaksi Suarariaupos.com, yaitu: tahap perencanaan, tahap pengorganisasian, tahap pergerakan, dan tahap pengawasan.</p>
<p>5</p>	<p>Strategi Komunikasi Redaksi Haluanriau.co Dalam Menghasilkan Berita Yang Objektif.</p> <p>Resinta/ UIN Sultan Syarif Kasim Riau/2021</p>	<p>Bagaimana Strategi Komunikasi Redaksi Haluanriau.co Dalam Menghasilkan Berita Yang Objektif?</p>	<p>Teori: Hirarki Pengaruh Isi Media</p> <p>Kualitatif Deskriptif</p>	<p>Hasil penelitian ini adalah terdapat 5 strategi komunikasi yang diterapkan oleh redaksi Haluanriau.co, yaitu: P Roy Meksi, structural, Support System, Professionalisme, dan lima level hirarki pengaruh media</p>

Wiji Agustin Sasmita (2019), mahasiswa program studi Ilmu Komunikasi Fakultas Dakwah dan Komunikasi Universitas Islam Negeri Sunan Ampel Surabaya, melakukan penelitian dengan judul “*STRATEGI REDAKSI TIRTO.ID DALAMPENYAJIANBERITADIMEDIAONLINE*”.¹

¹ https://digilib.uinsby.ac.id/31544/3/Wiji%20Agustin%20Sasmita_B06215034.pdf

Skripsi ini membahas tentang bagaimana redaksi Tirto.id menyajikan berita di media online. Penelitian ini menggunakan metode kualitatif deskriptif dengan teori ekologi media, dan didapatkan bahwa ada 4 strategi redaksi Tirto.id dalam penyajian berita di media online:

- Kecepatan. Tirto.id tidak mengutamakan kecepatan dalam jurnalisme online hanya untuk menarik pembaca. Dalam pemberitaannya, Tirto.id tidak memperbolehkan memuat hanya satu narasumber saja. Redaksi Tirto.id memegang prinsip *cover both side* dan rekonfirmasi yang sangat dijaga.
- Prinsip Jurnalistik. Prinsip *Cover Both Side* yang menempatkan semua narasumber terkonfirmasi di dalam satu berita menjadi keharusan di media online. Hal tersebut menjadi aturan wajib yang dilakukan oleh para jurnalis Tirto.id. terdapat aturan tak tertulis terkait jumlah minimum narasumber dalam menulis berita.
- Kedalaman Berita. Tirto.id menyajikan berita secara mendalam dan penuh data. Selain itu, penggunaan ilustrasi data berbentuk infografik dan tidak mengabaikan kredibilitas data menjadi strategi agar pembaca tertarik.
- Iklan Bukan Target Utama

Tirto.id tidak berlomba- lomba menyajikan berita ringkas dan padat untuk demi menarik jumlah pengunjung banyak, sehingga menarik minat pengiklan. Justru Tirto.id lebih berupaya agar pembacanya tepat sasaran, yaitu anak muda, generasi masa depan.

Persamaan dengan skripsi penyusun yaitu sama-sama membahas mengenai strategi media. Sedangkan perbedaannya, skripsi ini hanya fokus pada bagaimana strategi redaksi penyajian berita saja, tidak membahas perkembangan pembaca atau target media.

Dwi Safitri (2020), mahasiswa program studi Komunikasi Penyiaran Islam Fakultas Dakwah Universitas Islam Negeri Sulthan Thaha Saifuddin Jambi, melakukan penelitian dengan judul “*STRATEGI REDAKSI DALAM MENINGKATKAN BERITA KUALITAS BERITA KRIMINAL DI SURAT KABAR HARIAN PAGI METRO JAMBI*”.²

Skripsi ini membahas tentang bagaimana strategi redaksi Metro Jambi dalam meningkatkan berita kriminal pada media cetak surat kabar harian pagi. Penelitian ini menggunakan metode kualitatif deskriptif dengan teori yang mengenai hal yang berkaitan dengan strategi redaksi. Hasil yang didapat pada penelitian ini ialah terdapat proses pembuatan berita kriminal pada umumnya, yaitu Reportase, Wawancara, dan Penulisan naskah berita. Adanya kendala pada sumber daya manusia (SDM), narasumber yang tidak terbuka. Dan terakhir ada strategi redaksi dalam meningkatkan berita kriminal yaitu dengan memperhatikan sumber daya manusia (SDM) dalam melakukan perekrutan wartawan.

² <http://repository.uinjambi.ac.id/3962/1/UK.160125%20Strategi%20redaksi%20dalam%20meningkatkan%20kualitas%20berita%20kriminal%20disurat%20kabar%20harian%20pagi%20metro%20jambi%20-%20Lampiran%20full%20text.pdf>

Persamaan dengan skripsi penyusun yaitu sama-sama membahas mengenai strategi media. Sedangkan perbedaannya, skripsi ini hanya fokus pada bagaimana strategi redaksi dalam meningkatkan berita kriminal yang fokus pada media cetak, dan tidak membahas soal perkembangan pembaca atau target media.

Kenthi Asih Safitri (2020) mahasiswa prodi Ilmu Komunikasi Fakultas Dakwah dan Komunikasi Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau, melakukan penelitian dengan judul “*STRATEGI REDAKSI CAKAPLAH.COM DALAM MENYAJIKAN BERITA POLITIK*”.³ Skripsi ini membahas tentang bagaimana strategi redaksi media Cakaplah.com dalam menyajikan berita politik. Metode penelitian ini menggunakan kualitatif deskriptif dengan teori Harold D. Laswell. Pada hasil penelitian ini didapatkan beberapa strategi yang dilakukan redaksi Cakaplah.com menyajikan berita dalam rubrik berita politik. Strategi pertama terdapat penentuan isu politik seperti pemilu, partai, ataupun legislatif, dengan tujuan untuk membuatnya menarik dan memiliki nilai kepentingan publik yang tinggi. Strategi yang kedua ialah melakukan meliput berita, dimana harus melakukan rapat redaksi sebelum wartawan terjun ke lapangan yang bertujuan agar wartawan dapat bertugas sesuai dengan arahan yang diberikan saat rapat redaksi. Strategi yang ketiga adalah cara menulis berita, dimana redaksi Cakaplah.com mencari keunikan dari sisi yang berbeda dan memilih sudut pandang berita yang tidak diambil oleh media-media pada umumnya, serta fokus dalam pemilihan kata yang akan dijadikan judul agar pembaca menjadi tertarik.

³ <http://repository.uin-suska.ac.id/24519/1/SKRIPSI%20GABUNGAN.pdf>

Adapun persamaan pada skripsi penyusun yaitu sama-sama membahas mengenai strategi media. Sedangkan letak perbedaannya, skripsi ini hanya fokus pada bagaimana strategi redaksi dalam penyajian suatu berita, tidak membahas soal perkembangan pembaca atau target media.

Andi Alauddin (2021) mahasiswa program studi Ilmu Komunikasi Fakultas Dakwah dan Komunikasi Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau, dengan judul “*STRATEGI REDAKSI SUARARIAUPOS.COM DALAM MENINGKATKAN JURNALISME POSITIF*”.⁴ Skripsi ini membahas tentang bagaimana strategi redaksi Suarariaupos.com meningkatkan jurnalisme positif dengan menggunakan metode penelitian kualitatif deskriptif dengan teori pengorganisasian, pergerakan, perencanaan, dan pengawasan. Pada hasil penelitian ini terdapat empat tahapan yang digunakan sebagai strategi redaksi Suarariaupos.com. yang pertama ialah strategi pada tahap perencanaan, mulai dari memilih isu pada pemberitaan, menempatkan isu dalam pemberitaan, sampai dengan cara penyajian dan pengembangan pemberitaan. Yang kedua ialah strategi pada tahap pengorganisasian, artinya jobdesc atau pembagian kerja redaksi Suarariaupos.com sesuai dengan struktur organisasi yang telah ditentukan dalam rapat redaksi.

⁴ <http://repository.uin-suska.ac.id/56049/2/SKRIPSI%20ANDI%20ALAUDDIN%20%2811643101983%29.pdf>

Yang ketiga ialah strategi pada tahap pergerakan, pada tahap ini redaksi Suarariaupos.com menerapkan rencana yang telah dibuat, termasuk rencana pemberitaan seperti rubrikasi, karakteristik berita layak muat, tema-tema yang diangkat, kriteria peristiwa, narasumber, dan lain sebagainya. yang keempat ialah strategi dalam tahap pengawasan, pada tahap ini redaksi Suarariau.com melakukan evaluasi dalam rapat redaksi seminggu sekali, hal tersebut bertujuan agar dapat mengetahui keberhasilan strategi yang telah diterapkan.

Adapun persamaan dengan skripsi penyusun yaitu sama-sama membahas mengenai strategi media. Sedangkan perbedaannya, skripsi ini hanya fokus pada bagaimana strategi redaksi dalam meningkatkan kualitas media, tidak membahas soal perkembangan pembaca atau target media.

Resinta (2021) mahasiswa program studi Ilmu Komunikasi Fakultas Dakwah dan Komunikasi Universitas Negeri Sultan Syarif Kasim, dengan judul *“STRATEGI KOMUNIKASI REDAKSI HALUANRIAUCO DALAM MENGHASILKAN BERITA YANG OBJEKTIF”*.⁵ Skripsi ini membahas tentang bagaimana redaksi Hauluanriaucoco menghasilkan berita yang objektif. Metode penelitian ini menggunakan kualitatif dekriptif dengan teori Hirarki Pengaruh Isi Media. Dalam penelitian ini ditemukan beberapa strategi yang dilakukan oleh redaksi Hauluanriaucoco. yang pertama ialah proyeksi, yaitu melakukan rapat redaksi dengan tujuan untuk menghasilkan inovasi terbaru serta mengembangkan isu-isu hangat dalam memenuhi kebutuhan khalayak atau pembaca.

⁵ <http://repository.uin-suska.ac.id/51578/1/SKRIPSI%20GABUNGAN.pdf>

Yang kedua adalah *structural*, dimana adanya struktur organisasi yang telah ditentukan dapat membuat para redaksi bekerjateratur dalam sebuah struktur. Yang ketiga adalah *support system*, dalam hal mencari berita atau narasumber pihak redaksi tidak melepas sepenuhnya kepada wartawan yang ada di lapangan. Tim redaksi akan terus menambah kemampuan jurnalis yang baru bergabung ataupun yang tidak memiliki latar belakang jurnalistik. Yang keempat adalah *profesionalisme*, dalam meningkatkan kualitas media, maka redaksi Haluanriau.co memiliki standard kompetensi wartawan dengan tingkat profesionalisme yang tinggi. Yang kelima adalah lima level hirarki pengaruh isi media, individu pekerja Haluanriau.co memiliki skill dan keterampilan tanpa harus melihat dari masing-masing latar belakang individu itu sendiri. Sumber berita atau ide berita Haluanriau.co bisa didapatkan dari mana saja, namun harus dengan syarat dikonfirmasi terlebih dahulu kebenarannya. Kemudian pada level organisasi manajemen dalam hal menentukan keputusan berita dipegang oleh pimpinan redaksi. Selanjutnya pada level ekstra media terdapat kerja sama antara Haluanriau.co dengan pengiklan yang telah memberikan keuntungan. Terakhir yaitu level ideology yang mengacu pada visi dan misi Haluanriau.co dengan *tagline* “mencerdaskan kehidupanmasyarakat”.

Adapun persamaan dengan skripsi penyusun yaitu sama-sama membahas mengenai strategi media. Sedangkan perbedaannya, skripsi ini hanya fokus pada bagaimana strategi redaksi dalam menghasilkan berita yang objektif, tidak membahas soal perkembangan pembaca atau target media.

Berdasarkan tabel di atas, jika peneliti menarik kesimpulan pada, kebaruan penelitian (*novelty*). Strategi Pemberitaan yang peneliti pergunakan, berporos pada strategi organisasi yang diyakini dalam rangka mengukur strategi apa yang digunakan Warung Jurnalis dalam meningkatkan *followers* di media sosial Instagram. Sedangkan di lain sisi atau penelitian yang sudah ada lebih dulu, hanya cenderung terhadap bagaimana Strategi Pemberitaan dalam meningkatkan Kualitas media dalam penyajian berita.

2.2 Kerangka Teori

2.2.1 Teori Media Baru (New Media) & Interaktivitas

Menurut Terry Flew, New media merupakan sebuah penekanan pada sebuah format isi media atau forms yang dikombinasikan dalam kesatuan data, buku teks, suara, gambar, dan sebagainya dalam format digital serta sistem. Penyebarannya dilakukan melalui jaringan internet.⁶

Penjelasan Terry Flew memiliki arti bahwa New Media merupakan sebuah media baru yang menggabungkan media lama dalam bentuk data yang menjadi satu. Dalam kesatuan tersebut maksudnya ialah sebuah tulisan, gambar, bahkan video yang dimuat menggunakan sebuah teknologi.

⁶ Yunus Ahmad Syaiban dkk. *New Media: Teori dan Perkembangannya: New Media Teori dan Aplikasi*, Surakarta Lindu Pustaka, 2011, h.5

Pada media lama, pola komunikasi hanya dapat dilakukan satu arah oleh pemilik kepada konsumen, namun dalam media baru terdapat model komunikasi baru, yaitu dimana pemilik dan konsumen dapat berkomunikasi dua arah. Komunikasi tersebut dapat terjadi karena adanya internet yang menghubungkan satu sama lain.

Hal tersebut sesuai dengan Teori Interaktivitas milik Martin Lister yang menyatakan bahwa internet dapat menjadikan individu memiliki dua peran sekaligus (pengguna dan konsumen).⁷

2.2.2 Karakteristik Media Baru (New Media)

Setiap jenis media masing-masing memiliki karakter. Hal tersebut melekat pada media yang sebagai jiwa. Feldman (1997) mengungkapkan bahwa terdapat lima karakteristik media baru

Karakteristik media baru menurut Feldman (1997) dalam Hastjarjo (2012: 144) . menyebutkan bahwa media baru memiliki setidaknya lima karakteristik yang dapat kita lihat, yaitu:⁸

⁷ Kheyene Molekandella Boer, *Interaktivitas sebagai strategi mediated communication pada fans page Starbucks coffee Indonesia*, Universitas Mercu Buana Yogyakarta, 2013, h.120

⁸ Feldman dalam Martina Shalaty Putri. 2012. *Wirausaha Dalam Social Media Twitter*, Analisis Isi Pesan Wirausaha Dalam Social Media Twitter, Tesis. Jakarta: Universitas Indonesia. hal.13.

a. Rentan Dimanipulasi

Kejahatan memanipulasi data masih sering terjadi, dibalik hal itu tentu ada oknum yang memiliki suatu kepentingan tertentu. Hal ini menjadi tanggapan negatif dan menimbulkan berbagai macam perdebatan.

b. Bersifat Jaringan

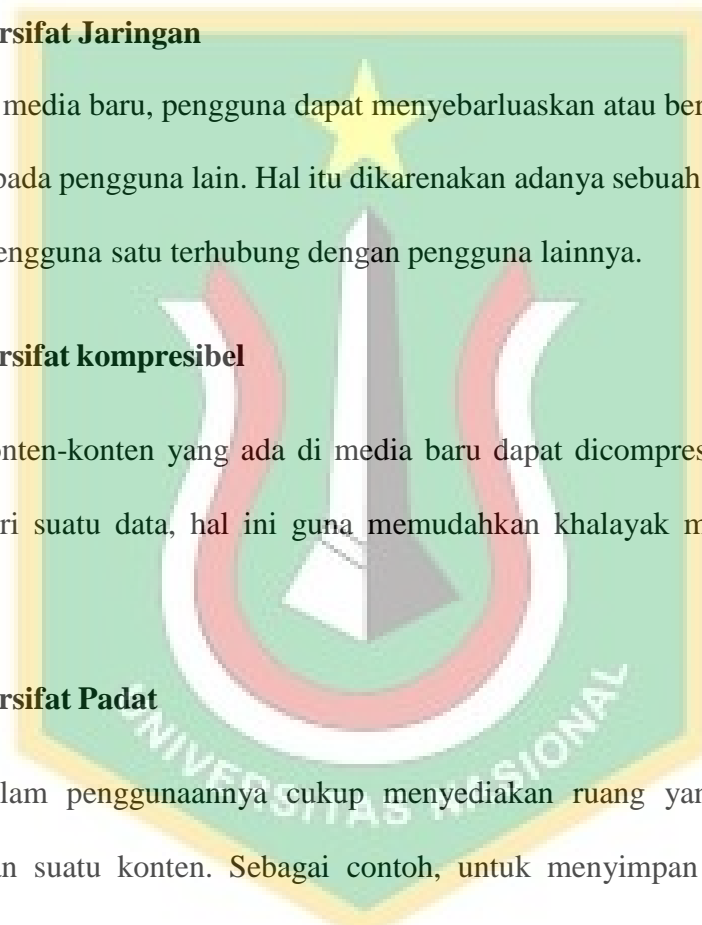
Di media baru, pengguna dapat menyebarkan atau berbagi suatu konten kepada pengguna lain. Hal itu dikarenakan adanya sebuah jaringan yang memuat pengguna satu terhubung dengan pengguna lainnya.

c. Bersifat kompresibel

Konten-konten yang ada di media baru dapat dicompress atau diperkecil ukuran dari suatu data, hal ini guna memudahkan khalayak memperoleh suatu konten.

d. Bersifat Padat

Dalam penggunaannya cukup menyediakan ruang yang mungil untuk menyimpan suatu konten. Sebagai contoh, untuk menyimpan berbagai konten berita yang ada di dunia, cukup dengan satu smartphone saja untuk menyimpannya.



e. Bersifat Imparsial

Isi konten yang ada pada media baru tidak berpihak dan tidak dikuasai oleh siapapun kecuali sang pemilik yang mengelola. Media baru dapat dikatakan suatu media independent, maka dari itu tidak sedikit yang mengklaim bahwa media tersebut sangat demokratis, karena kapitalisasi media tidak berlaku lagi. Setiap orang bisa sebagai pembuat dan konsumen secara bersamaan, artinya sebuah kedudukan dan hak sama rata.

2.2.3 Ciri-ciri New Media

New media memiliki beberapa ciri yang dapat diketahui, menurut Denis Mc Quail

Ada 5 ciri-ciri new media, sebagai berikut:⁹

- a) Adanya saling keterhubungan
- b) Akses terhadap khalayak individu sebagai penerima maupun pengirim pesan
- c) Interaktifitasnya
- d) Kegunaan yang beragam sebagai karakter yang terbuka
- e) Sifatnya yang ada dimana-mana atau dapat dikatakan bersifat flexible.

Terdapat beberapa hal baru yang dapat mencirikan sifat dari sebuah *new media*. Pada media baru, pengguna akan saling terhubung satu sama lain karena adanya jaringan internet yang digunakan. Adanya komunikasi 2 arah yang membuat pembeda dari media massa dahulu.

⁹ McQuail Denis, 1989. *Teori Komunikasi Massa: Suatu Pengantar*. Jakarta : Salemba Humanika, 2011, h.43

2.2.4 Strategi

Strategi berasal dari bahasa Yunani Klasik yaitu “Stratos” yang mana artinya adalah tentara, sedangkan kata “agein” artinya pemimpin. Kemudian muncul kata strategos yang artinya pemimpin tentara pada tingkat atas.

Menurut Throat strategi adalah bagaimana bertahan hidup dalam dunia yang semakin kompetitif, bagaimana membuat persepsi yang baik di benak konsumen, menjadi beda, mengenali kekuatan dan kelemahan pesaing, menjadi spesialisasi, menguasai satu kata yang sederhana di kepala, kepemimpinan yang memberi arah dan memahami realitas pasar dengan menjadi pertama, kemudian menjadi lebih baik.¹⁰

Dalam pengertian yang disampaikan oleh Throat itu memiliki arti bahwa strategy merupakan sesuatu yang sangat penting untuk tetap bisa eksis ditengah persaingan yang ketat. Maka dari itu di dalam strategi perlu adanya mengetahui informasi pesaing, memahami pangsa pasar atau target dan kepemimpinan yang memberi arah untuk mencapai suatu tujuan. Setiap organisasi perlu memiliki strategi untuk mencapai suatu tujuan, karena apabila tanpa adanya strategi bagaikan perahu tanpa dayung yang hanya mengikuti arus ombak saja.

2.2.5 Strategi Pemberitaan

Media massa merupakan suatu penyampai pesan informasi kepada khalayak ramai. Untuk menarik perhatian dan minat para pembaca, maka sebuah media perlu memiliki strategi pemberitaan.

¹⁰ Ali Hasan, marketing Bank Syariah, (Jakarta : Ghalia Indonesia, 2010), h.29

Terkait soal strategi, David mengungkapkan bahwa strategi adalah rencana yang disatukan, luas dan berintegrasi yang menghubungkan strategis perusahaan dengan tantangan lingkungan, yang dirancang untuk memastikan bahwa tujuan utama dari perusahaan yang dapat dicapai melalui pelaksanaan yang tepat oleh organisasi.¹¹ pernyataan tersebut memiliki arti bahwa di dalam strategi terdapat beberapa unsur, seperti kendala yang ada, tantangan lingkungan, hingga tujuan yang ingin dicapai, semua disatukan di dalam strategi.

Sedangkan pemberitaan atau bisa juga disebut reportase memiliki arti melaporkan, memberi laporan, dan memberitakan.¹² kegiatan tersebut dilakukan untuk meliput dan mengumpulkan fakta-fakta tentang berbagai unsur berita. Tujuannya tidak lain ialah memberikan informasi kepada khalayak.

Dari pengertian diatas, dapat disimpulkan bahwa strategi pemberitaan merupakan sesuatu yang dimiliki dan diterapkan oleh suatu media untuk mencapai suatu tujuan. Di dalam strategi yang dibuat terdapat beberapa unsur, seperti kendala, hambatan, atau tantangan, pelaksanaan, hingga tujuan yang ingin dicapai.

¹¹ David, Manajemen Strategi Konsep, (Jakarta : Selemba Empat, 2004), h. 14.

¹² Yanuar Abdullah, "Dasar-Dasar Kewartawanan, Teori dan Praktek", (Padang: Angkasa Raya, 1992), hlm. 66

2.2.6 Pemberitaan

1. Pengertian Berita

Berita merupakan laporan suatu peristiwa terbaru. Namun tidak semua peristiwa layak diberitakan, artinya hanya beberapa peristiwa saja yang layak diberitakan dengan memiliki nilai-nilai jurnalistik.¹³

Berita memiliki beberapa fungsi, yaitu memberikan informasi kepada khalayak publik. Brian S. Brooks, George Kennedy, darky N. Moeb dan Don Ranty dalam “*New Reporting and Editting*” (1980:6-17) berpendapat adanya 11 kriteria umum berita yang harus diperhatikan khususnya para reporter dan para awak jurnalis lainnya, yaitu: Keluarbiasaan (*unsualness*), Kebaruaan (*newsness*), Akibat (*Impact*), Aktual (*timeliness*), Kedekatan (*proximity*), Informasi (*information*), Konflik (*conflict*), Orang penting (*prominence*), Ketertarikan manusiawi (*human interest*), Kejutan (*suprising*), Seks (*sex*).¹⁴

2. Jenis-Jenis Berita

- a. *Straight News* atau berita langsung, merupakan salah satu jenis berita yang dibuat secara langsung. Ringkas mengenai informasi terkini atau yang terbaru serta tentu saja yang menarik. Berita langsung ini terbagi menjadi 2 jenis, yaitu *Hard News* dan *Soft News*. Untuk *Hard News* itu sendiri merupakan sebuah berita yang memang terkini atau bisa dikatakan memang sedang terjadi.¹⁵ Untuk beberapa contoh berita langsung atau *hard news* adalah, berita bencana alam, kecelakaan, kriminalitas, koruptor, perang antar

¹³ Asep Syamsul M. Romli, *Jurnalistik Online*, (Bandung: Nuansa Cendekia, 2012), h.68

¹⁴ Sudirman Tebba, *Jurnalistik Baru*, Ciputat: Kalam Indonesia, 2012, h.52

¹⁵ Morissan, *Jurnalistik Televisi Mutakhir*, Jakarta: Preanada Group, 2014, h. 24

negara. Sedangkan, berita *soft news* itu kurang lebih memang memiliki basic menghibur, walau beberapa memang juga berisi berita yang krusial. Contoh dari berita *soft news* adalah seperti *lifestyle*, hiburan, dan lain-lain.

- b. *Opinion News* atau *Opini News*, merupakan berita yang berisikan pendapat atau informasi dari seseorang. Contohnya seperti berita seorang nakes yang berbagi tips bagaimana menjaga imunitas tubuh di masa pandemi.
- c. Berita Interpretasi, Berita yang menggunakan akumulasi data latar balik, wawancara dengan berbagai macam sumber serta pengamat, dan menaikkan data- data terpaut sehingga bisa menciptakan kabar baru yang lebih perinci, serta lebih lengkap. Namun Berita *Interpretative* ini sangat memerlukan pengetahuan yang luas serta pula ketajaman analisis dari si wartawan.¹⁶
- a. *Depth News* merupakan berita Mendalam, artinya sebuah kabar yang dibesarkan dengan pendalaman hal- hal yang terdapat di dasar suatu permukaan. Faktor kabar yang ditekankan merupakan "Kenapa" ataupun "Why" (kenapasesuatu kejadian dapat terjalin) serta "Gimana" ataupun "How" (gimana kejadian itu terjalin, perinci kejadian), dan So what (kemudian gimana akibatnya ataupun gimana berikutnya) Tujuan *Depth News* untuk membuat lebih mengangkut suatu permasalahan secara mendalam. Contoh: pemilu 2024 akan ditunda sampai waktu yang belum ditentukan.¹⁷

¹⁶ Ibid, h.28

¹⁷ Tom E. Rolnicki. Et. Al, *Penghantar Jurnalisme*, Jakarta: Kencana, 2008, h.151

- b. *investigation news* atau bisa disebut *berita investigasi* merupakan liputan yang dilakukan melalui inisiatif sendiri dan hasil kerja pribadi, isi informasi yang penting bagi pembaca, pemirsa dan pemerhati.¹⁸

2.2.7 Jurnalisme Online

Jurnalisme online merupakan wajah baru dari dunia jurnalisme. Jurnalisme online memiliki kekuatan dan kesempatan yang lebih besar dalam menyampaikan kabar dibandingkan dengan sistem pemberitaan pada media konvensional. Deuze mengungkapkan bahwa perbedaan jurnalisme online dengan media konvensional terletak pada model keputusan baru yang dihadapi oleh para wartawan *cyber*.¹⁹

5 perbedaan yang paling utama menurut Newhagen & Rafaeli antara jurnalisme online dengan media massa tradisional, yaitu:

1. Mengkombinasikan sejumlah media dengan menggunakan sebuah internet
2. Minimnya pemahaman menulis
3. Tidak ada yang bisa mendapatkan kendali dari khalayak publik
4. Jaringan maya dapat membuat komunikasi jadi berkelanjutan
5. Sebuah proses interaksi di jaringan maya.

Dengan keberadaan jurnalisme online ini pada dasarnya tidak mengubah

¹⁸ Hikmat kusumaningrat, *Jurnalistik, teori dan praktik*, Bandung: PT Remaja Rosdakarya, 2012, h.258

¹⁹ Gema Mawardi, Skripsi: "*Peningkatan Berita Media Online (Analisis Framing Berita Mundurnya Surya Paloh dari Partai Golkar di mediaindonesia.com dan vivanews.com Tanggal 7 September 2011)*" Jakarta: FISUIP UI, 2012, h. 6

prinsip jurnalistik sudah ada pada media massa yang sudah ada. Namun, jurnalisme online ini hanya menggunakan internet sebagai alat untuk menyampaikan kepada khalayak ramai dengan jangkauan yang lebih luas dari sebelumnya. Selain itu, komunikasi dua arah menjadi kelebihan dalam jurnalisme online.

2.2.8 Sosial Media

1. Pengertian Sosial Media

Media sosial dapat disebut juga media daring (dalam jaringan) yang mana di dalamnya terdapat banyak pengguna. Media sosial adalah media dengan internet yang memungkinkan pengguna merepresentasikan dirinya ataupun berinteraksi, bekerja sama, berbagi, berkomunikasi dengan pengguna lain dan menciptakan ikatan emosional secara virtual.²⁰ Secara ringkasnya media sosial merupakan media yang menggunakan jaringan internet yang mana kegunaannya sebagai alat komunikasi.

Van Dijk (2013) mengungkapkan sebuah pendapat tentang media sosial. Dirinya berpendapat bahwa media sosial merupakan sebuah platform media yang berfokus pada eksistensi pengguna yang memfasilitasi mereka dalam beraktivitas ataupun berkolaborasi. Sedangkan menurut Boyd (2009), media sosial merupakan kumpulan perangkat lunak yang menjadi wadah para individu atau komunitas untuk berkumpul, berbagi, berkomunikasi, dan saling berkolaborasi.²¹

Pada beberapa pengertian yang disampaikan oleh para ahli, penulis

²⁰ Rulli Nasrullah, *Media Sosial: Perspektif Komunikasi, Budaya, dan Sosioteknologi*, Bandung: Remaja Rosdakarya, 2017, h.11

²¹ Ibid, h.11

menyimpulkan bahwa media sosial merupakan sebuah wadah yang menghubungkan para pengguna melalui jaringan internet. Kini bisa dikatakan bahwa media sosial menjadi kehidupan kedua manusia yang menghubungkan satu sama lain dalam dunia maya.

2. Ciri-ciri Media Sosial

Sebagai media baru, media sosial memiliki ciri-ciri yang menggambarkan sifatnya. Hal tersebut disampaikan oleh Andreas MKaplan dan Michael Haenlein, pada dasarnya media sosial dapat dibagi menjadi 6 jenis menurut penggunaannya, yaitu .²²

- 1) Kerjasama kolaborasi pada penggunaannya yang mana dapat berkontribusi atau membuat konten yang menarik di web, contohnya seperti *Wikipedia*.
- 2) Blog dan *miroblog*, jenis media yang memiliki fungsi pengguna dapat mengungkapkan atau menceritakan seperti pengalaman, perasaan, pernyataan, atau ungkapan-ungkapan lainnya, contohnya seperti *twitter*.
- 3) Konten atau isi, dimana para pengguna di dalam satu website dapat saling membagikan konten-konten media, seperti ebook, video, foto, gambar, dan lain-lain seperti *youtube*.
- 4) Situs jejaring sosial, dimana pengguna harus memperoleh izin terlebih dahulu untuk terhubung dengan cara membuat informasi pribadi, kelompok atau sosial sehingga dapat terhubung atau diakses oleh pengguna lain, seperti *facebook*

²² Tim Pusat Humas Kementerian Perdagangan RI, *Panduan Optimalisasi Media Sosial Untuk Kemantrian Perdagangan RI*, Jakarta: Pusat Humas Kementerian Perdagangan RI, 2014, h.26

- 5) *Virtual game world*, dimana pengguna melalui aplikasi 3D dapat muncul dalam avatar-avatars sesuai keinginan untuk kemudian berinteraksi dalam wujud avatar tersebut layaknya di kehidupan nyata.
- 6) *Virtual social world*, suatu aplikasi berwujud dunia virtual yang merepresentasikan kehidupan nyata dalam dunia virtual untuk berinteraksi para pengguna satu sama lainnya.

2.2.9 Instagram

1. Pengertian Instagram

Instagram merupakan suatu aplikasi yang berasal dari gadget dengan memiliki latar belakang media sosial. Aplikasi berlogo kotak merah ini sekilas mirip dengan aplikasi *twitter*, namun perbedaannya terletak pada pengambilan foto dan video guna mengabadikan suatu moment. Instagram juga mendorong para usernya untuk terus meningkatkan kreatifitas dan berkarya, karena memang instagram sudah menjadi wadah yang lebih artistik.²³

2. Sejarah Instagram

Aplikasi berbasis foto ini didirikan oleh Kevin Systrom dan Mike Krieger pada tanggal 6 Oktober 2010, aplikasi ini resmi lahir dan dirilis untuk platform iOS. Perusahaan IOS tersebut dikembangkan oleh startup burbn, inc yang memang dipimpin oleh Mike Krieger dan Kevin Sytrom. Perkembangan instagram bisa dikatakan sangat pesat, tersebut dilihat dari lonjakan pengguna aplikasi Instagram yang telah mencapai 100 ribu pada tanggal 13 Oktober 2010.²⁴

Dalam pertama kali launchingnya, peluncuran Instagram ini bisa dibilang

²³ Bambang Dwi Atmoko, *Instagram Handbook Tips Fotografi Ponsel*, Jakarta: Media kita, 2012, h.10

²⁴ Ibid, h.17

berhasil karna memang tidak menggunakan iklan hanya mengandalkan teknik marketing. Setelah berhasil mencuri banyak minat masyarakat, akhirnya pada tanggal 3 april 2012 instagram resmi merilis aplikasi nya ke sistem android yang berhasil meraup 1 juta unduhan padahari pertamanya. Tidak berselang lama, pada bulan yang sama juga Instagram berhasil diakuisisi Facebook dengan nilai mencapai USD 1 miliar.²⁵



Gambar 2.1
Logo Instagram

(Sumber: <https://pluspng.com/img-png/instagram-png-instagram-png-logo-1455.png>, diakses pada 31 maret 2022 pukul 22:35 WIB)

²⁵ Ibid, h.1

3. Fungsi Instagram

Adapun fungsi media sosial Instagram, yaitu:²⁶

a. Instagram untuk sharing

Pengguna dapat berbagi dengan hal-hal menarik, seperti membuat gambar berisi kata-kata yang menginspirasi, danlainnya.

b. Instagram untuk portofolio

Apa yang dipublikasikan oleh pengguna dalam media instagram, hal tersebut memudahkan orang lain untuk menilai kelebihan dan minat pengguna tersebut.

c. Endorsement

Pengguna yang memiliki banyak *followers* dan *interaktif* dalam media sosial instagram dapat menawarkan jasa *endorsement* atau mempromosikan suatu barang atau jasa.

d. Menawarkan paid promote (promosi berbayar)

Pengguna yang memiliki akun brand dengan memiliki banyak *followe rs* dan *interaktif*, mereka dapatmenawarkan jasa *paid promote*. Pihak yang memintadipromosikan oleh pengguna tersebut harus membayar dengan sejumlah nominal yang ditentukan.

e. Promosi

Pengguna yang memiliki produk/jasa terutama dalam bentuk fisik seperti pakaian, bros, sepatu, tas, dansejenisnya dapat memanfaatkan instagram untuk mempromosikannya.

²⁶ Arif Rohmadi, *Tips Produktif Ber-Social Media*, Jakarta: PT Elex Media Komputindo, 2016, h. 135

4. Fitur-Fitur Instagram

Instagram merupakan aplikasi yang berasal dari smartphone dengan latar belakang media social. Instagram memiliki sejumlah fitur menarik, sebagai berikut:²⁷

a. Home page

Halaman utama atau home page yang berisikan tampilan foto-foto terbaru dari sesama pengguna yang telah diikuti. Cara melihat foto-fotonya sangat simple yaitu hanya dengan menggeser layar dari bawah ke atas.

b. Explore

Explore merupakan fitur yang menyajikan sejumlah foto- foto ataupun video populer yang disukai banyak para pengguna instagram.

c. Komentar

Sebagai layanan jejaring sosial, instagram menyediakan fitur komentar untuk memberikan sebuah tanggapan pada setiap foto atau video yang diunggah oleh pengguna. Caranya dengan menekan tombol ikon bertanda balon, maka setelah itu akan membawa ke halaman komentar untuk kemudian menanggapi kesan mengenai foto atau video yang telah diunggah tersebut.

²⁷ Bambang Dwi Atmoko, *Instagram Handbook Tips Fotografi Ponsel*, Jakarta: Media kita, 2012, h.28

d. Profil

Pada halaman profil tertera mengenai informasi pengguna. Fitur ini menampilkan jumlah foto yang telah diupload, jumlah *followers*(pengikut), dan jumlah *following*(mengikuti), serta deskripsi singkat mengenai profil

e. News feed

Fitur ini menampilkan pemberitahuan atau pengingat terhadap berbagai kegiatan yang dilakukan oleh para pengguna Instagram. News feed memiliki dua jenis yaitu tab “Following” dan “News”. Tab “Following” menampilkan aktivitas terbaru para pengguna yang telah diikuti, sedangkan tab “News” menampilkan notifikasi terbaru terhadap aktivitas para pengguna Instagram terhadap foto pengguna, memberikan komentar atau adanya aktifitas *follow* maka pemberitahuan akan muncul pada tab ini.

f. Followers (Pengikut)

Followers atau pengikut merupakan salah satu sistem sosial yang telah mengikuti suatu akun. Pengikut menjadi unsur penting dalam sosial media Instagram, dimana hal tersebut menjadi indikasi popularitas dari sebuah akun.

g. Instagram Story

Instagram story atau bisa disebut instastory merupakan sebuah fitur dimana pengguna dapat membuat status berupa foto dan video yang hanya berdurasi 14 detik saja.

h. Direct Message

Selain dapat berbagi foto atau video, Instagram juga memiliki fitur Direct Message untuk melakukan komunikasi kepada pengguna satu sama lain.

i. Instagram TV

Seiring dengan berjalannya waktu, Instagram terus mengembangkan aplikasi dengan menambahkan fitur- fitur menarik. Salah satunya ialah Instagram TV, dimana pada fitur tersebut durasi yang cukup berbeda, yaitu dapat melakukan upload video lebih dari satu menit.²⁸

Selain fitur di atas, ada beberapa fitur lain yang dapat membuat konten foto dan video menjadi lebih menarik dan bermakna, antara lain yaitu.²⁹

j. Take Photo

Take photo merupakan tombol yang berfungsi untuk mengupload gambar, foto dan juga video. Di Instagram pengguna tidak bisa membuat status berupa teks saja, sebab instagram merupakan media sosial berbasis visual. pengguna bisa menambahkan teks dalam suatu foto atau video

²⁸ M. Fachri Syahreza dan Irwan Syari Tanjung, “*Motif dan Pola Penggunaan Media Sosial Interaksi di Kalangan Mahasiswa Program Studi Pendidikan Ekonomi UNIMED*”, Jurnal Interaksi, 2018, hal. 72-73

²⁹ Ibid, h.52

k. Caption

Caption merupakan sebuah judul yang diberikan untuk sebuah foto atau video yang diunggah. Dalam membuat judul atau caption, dapat memberikan kepuasan tersendiri. Hal itu dikarenakan pengguna dapat membuatnya dengan merangkat kata secara bebas, tidak ada aturan baku atau standarisasi lainnya. Pemberian judul hanya untuk memperkuat karakter foto atau video saja

l. Hashtag

Hashtag merupakan suatu label atau tag berupa suatu kata yang diberi awalan simbol bertanda (#). simbol tanda pagar atau yang disingkat menjadi tagar itu disebut sebagai hashtag oleh kalangan penggiat internet di Indonesia.

m. Lokasi

Fitur lokasi merupakan fitur yang berfungsi untuk menampilkan dimana lokasi foto atau video yang telah diunggah tersebut. Fitur ini mempermudah pengguna untuk dapat melihat dimana keberadaan lokasi dalam sebuah foto atau video.

2.2.10 Kecepatan dan Keakuratan Berita

1. Kecepatan Berita

Salah satu karakteristik media online yang menjadi kelebihanya ialah sebuah kecepatan. Cepat di sini memiliki arti begitu diposting atau diupload dapat langsung diakses semua orang. Selain itu, media online juga memiliki karakter aktualitas yang mana artinya berisi info aktual karena kemudahan dan kecepatan

penyajian. Media online juga memiliki sifat Update atau pembaruan informasi yang dapat dilakukan dengan cepat dari sisi konten ataupun redaksi, informasi dilakukan secara terus menerus.³⁰

Kebaruan (*Timeliness*) menjadi salah satu aspek sangat khas dalam jurnalisme, dimana semua fakta yang diterbitkan harus baru dan belum diketahui khalayak. Namun kebaruan ini tergantung pada sifat dan kedalaman isi berita. Suatu berita pendek memiliki tuntutan kebaruan lebih tinggi dibanding berita panjang tentang suatu peristiwa yang butuh proses pendalaman dalam menyelidiki berita tersebut.³¹

Sebuah peristiwa sangat berkaitan dengan waktu, yang mana waktu terus berjalan dan peristiwa terjadi silih berganti. Hal itu dikarenakan konsumen berita menginginkan informasi segar, informasi hangat. Media berita sangat spesifik tentang faktor waktu ini menunjukkan bahwa berita-berita mereka bukan hanya “hangat” tetapi paling sedikitnya yang terakhir.³²

Terkait judul penelitian penulis “Strategi Pemberitaan Warung Jurnalis Dalam Meningkatkan *Followers* Melalui Media Sosial Instagram”. Maka Warung Jurnalis perlu memperhatikan kecepatan, karena arus informasi pada media sosial begitu deras akan berita terupdate. Hal tersebut dinilai untuk menarik jumlah *followers* banyak, sehingga menarik minat pengiklan.

³⁰ Asep Syamsul M. Romli, *Jurnalistik Online*, (Bandung: Nuansa Cendekia, 2012), h. 33

³¹ Engelbertus Wendratama, *Jurnalisme Online*, (Yogyakarta: B First, 2017), h. 45

³² Hikmat Kusumaningrat, *Jurnalistik, teori dan praktik*, Bandung: PT Remaja Rosdakarya, 2012, h. 57

2. Keakuratan Berita

Wartawan harus memiliki kewaspadaan yang sangat tinggi dalam menjalankan tugasnya, mengingat akan banyak dampak yang ditimbulkan oleh berita yang dibuatnya. Kewaspadaan itu dimulai dari kecermatan terhadap ejaan nama, angka, tanggal, dan usia, serta senantiasa mengecek ulang atas keterangan dan fakta yang ditemukan. Selain itu, akurat atau akurasi juga berarti benar dalam memberikan kesan umum, sudut pandang pemberitaan yang dicapai oleh penyajian detail-detail fakta.³³

Seorang wartawan memiliki kredibilitas dikarenakan adanya keakurasian berita. Akurasi berita dinilai dari berbagai fakta yang dilaporkan oleh wartawan mengenai berbagai orang, tempat, dan keterangan lain. Maka itulah, wartawan yang baik harus berhati-hati ketika mencatat fakta-fakta yang akan dilaporkannya.³⁴

Keakuratan mengenai dalam berita menurut dua teori di atas menjadi sebuah keharusan yang sangat penting dalam tugas seorang wartawan. Seorang wartawan harus cermat serta teliti dalam mencatat sebuah data-data untuk nantinya di laporkan. Jika mendapatkan data tidak boleh langsung percaya begitu saja, perlu melakukan check and recheck. Proses verifikasi sangat penting dalam menjaga keakuratan berita.

³³ Ibid,h.48

³⁴ Septiawan Santana K, *Jurnalisme Kontemporer*, Jakarta:Yayasan Pustaka Obor Indonesia, 2017,h.137

Akurasi informasi dalam suatu berita begitu penting bagi para konsumen media, dimana khalayak dapat mengetahui informasi secara lengkap dan benar. Hal itu yang nantinya akan mempengaruhi massa untuk menjadi *followers* atau tidak.

2.2.11 Redaksi

Setiap media memiliki tim redaksi masing-masing. Redaksi merupakan bagian yang mengurus pemberitaan, yang mana di dalamnya terdapat struktur organisasi. Salah satu di dalam redaksi ialah reporter atau pelapor, sebelum reporter diterjunkan ke lapangan ia harus lebih dulu menunggu instruksi dari seorang redaktur.³⁵

Redaksi menyangkut organisasi di dalam sebuah media massa, umumnya susunan keredaksian dimulai dari *pemimpin umu, pemimpin redaksi, wakil pemimpin redaksi, sekretaris redaksi, redaktur pelaksana, redaktur, reporter, koresponden, dan fotografer*. Mereka semua merupakan pekerja pers yang masing-masing memiliki tugas sesuai posisi masing-masing.³⁶

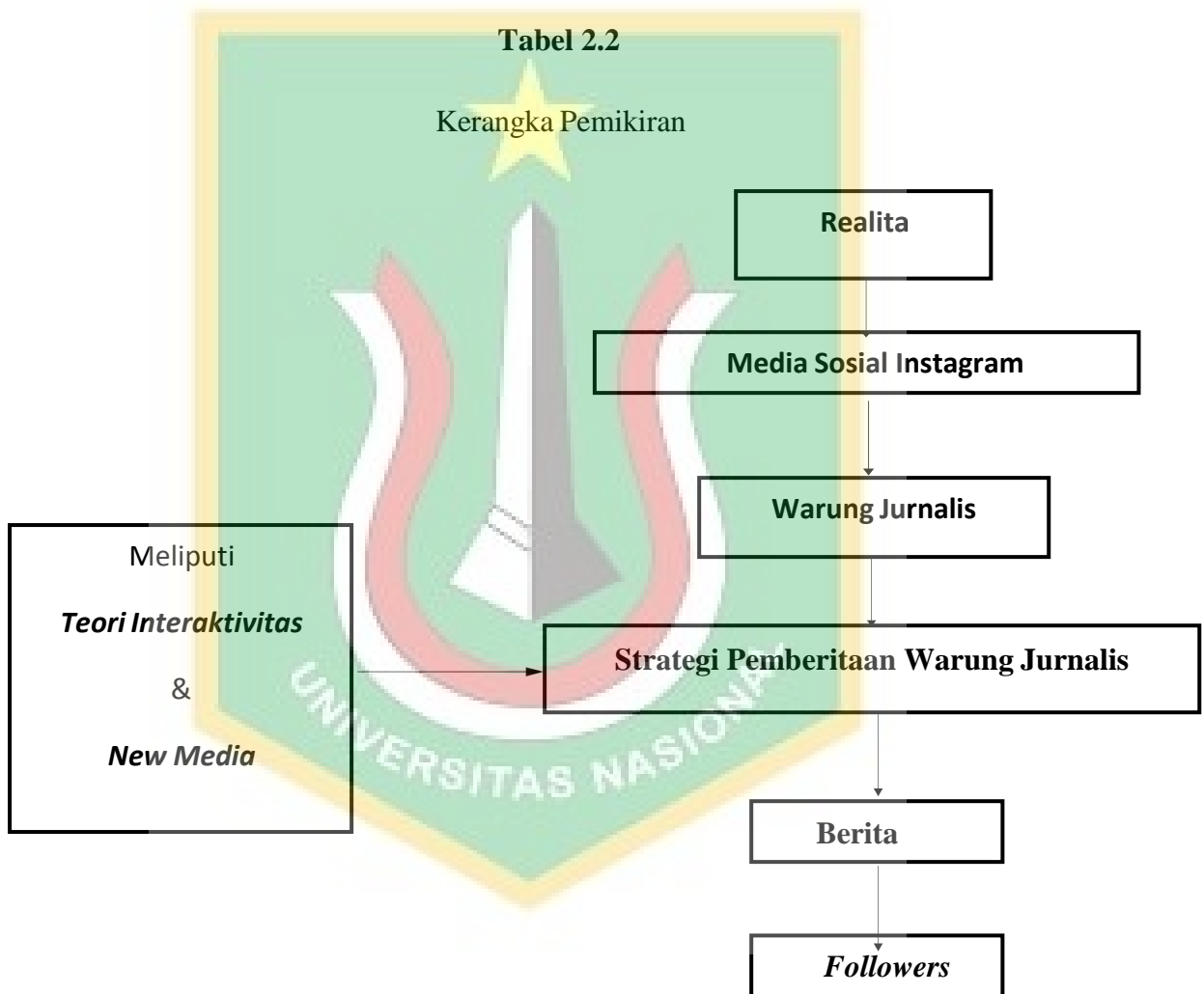
Redaksi merupakan sekumpulan individu yang telah ditentukan dalam sebuah struktur organisasi, dimana masing-masing individu memiliki tugas pada masing-masing posisinya. hal tersebut bertujuan agar suatu media dapat mencapai suatu tujuan

³⁵ Hikmat kusumaningrat, *Jurnalistik, teori dan praktik*, Bandung: PT Remaja Rosdakarya, 2012,h.72

³⁶ Herman RN, *Jurnalistik Praktis*, Banda Aceh: Syiah Kuala University Press Darussalam, 2018,h.55

2.2.12 Kerangka Pemikiran

Berangkat dari sebuah realita yang terjadi saat ini, mediasosial Instagram menjadi aplikasi yang banyak digunakan masyarakat dalam mendapatkan maupun menyebarkan informasi. Kemajuan teknologi digital membuat media massa turut serta memanfaatkannya, salah satunya ialah media Warung Jurnalis.



Dalam ekosistem media sosial, *followers* menjadi faktor penting dalam menarik minat pengiklan. Dengan begitu, artinya Warung Jurnalis memiliki strategi pemberitaan dalam mengelola media untuk terus meningkatkan jumlah *followers*.