

## BAB II

### TINJAUAN PUSTAKA

#### 2.1. Penelitian Terdahulu

Penelitian yang berjudul Strategi Pemberitaan Suara.com pada Rubrik News Nasional dalam Menjaga Jumlah Viewers di Tahun 2022. Penelitian terdahulu ini berguna sebagai referensi dan perbandingan antara lain sebagai berikut:

##### 2.1.1 Tabel Penelitian

Judul Penelitian	Strategi Media Online Lensatimur dalam Mengangkat Kearifan Lokal (Studi Kasus Pariwisata Indonesia Timur)
Peneliti	Noviawan Rasyid Ohorella dan Kiayati Yusriyah
Lembaga dan Tahun	Universitas Gunadarma, tahun 2019
Teori	Teori New Media, menurut D. McQuail
Metode Penelitian	Pendekatan pendekatan kualitatif dimana peneliti mengobservasi dan mewawancarai dengan objek yang diteliti
Hasil penelitian	Hasil Penelitian menunjukkan bahwa operasional Lensatimur berkembang dengan keadaan terbatas terkait pekerja dan manajemen yang ada menghasilkan konten artikel yang kreatif dan inovatif, serta relevan sesuai keunikan masyarakat Timur

Noviawan Rasyid Ohorella & Kiayati Yusriyah. *Strategi Media Online Lensatimur dalam Mengangkat Kearifan Lokal* (Studi Kasus Pariwisata Indonesia Timur). 2019

Judul Penelitian	Strategi Radar Jember Mempertahankan Eksistensi Sebagai Media Terpercaya di Kabupaten Jember
Peneliti	Dendy Irawan dan Juariyah
Lembaga dan Tahun	Universitas Muhammadiyah Jember. Tahun 2019.
Teori	Teori Konvergensi oleh Henry Jenkins
Metode Penelitian	Menggunakan metode penelitian kualitatif. Teknik pengumpulan data menggunakan metode wawancara, observasi partisipan dan dokumentasi, kemudian data yang dikumpul diolah dan dianalisis dengan menggunakan yaitu: reduksi data, penyajian data, dan penarikan serta pengujian kesimpulan.
Hasil penelitian	Hasil penelitian ini diketahui bahwa harian Radar Jember sudah melakukan berbagai strategi dalam mempertahankan eksistensi harian Radar Jember sebagai media terpercaya di kalangan masyarakat kabupaten Jember diantaranya ialah melakukan berbagai inovasi, menyediakan rubrik khusus bagi konsumen pembaca, mengangkat isu-isu lokal, melakukan sinergi antara media cetak dan media digital serta melakukan kerjasama berbagai pihak selain itu harian Radar Jember juga tetap memberikan berita-berita yang aktual dan fakual.

Dendy Irawan & Juariyah. *Strategi Radar Jember Mempertahankan Eksistensi Sebagai Media Terpercaya di Kabupaten Jember*. 2022.

Judul Penelitian	Strategi Wartawan Online dalam Mencegah Berita Hoax
Peneliti	Nadia Desti Manika, Imron Rosyidi, Enjang Muhaemin.
Lembaga dan Tahun	UIN Sunan Gunung Djati, tahun 2018.
Teori	Teori informasi organisasi, Karl Weick
Metode Penelitian	Menggunakan metode penelitian kualitatif, jenis deskriptif.
Hasil penelitian	Penelitian ini menghasilkan berbagai pendapat, pernyataan ataupun ungkapan dari para informan yang dapat dibagi kedalam tiga hasil terkait strategi wartawan online dalam mencegah berita hoax, yaitu mengenai komitmen wartawan dalam mencegah berita hoax, tahapan pemberitaan yang dilakukan wartawan online dalam mencegah berita hoax, dan standar kelayakan berita wartawan online dalam mencegah berita hoax. Ketiga hasil penelitian yang telah dibagi tersebut akan diuraikan satu persatu dalam gambaran hasil penelitian ini.

Nadia Desti Manika<sup>1</sup>, Imron Rosyidi, dan Enjang Muhaemin. *Strategi Wartawan Online dalam Mencegah Berita Hoax*. 2018.

Judul Penelitian	Pengaruh Pemberitaan Media Massa Terhadap Kredibilitas Pemimpin Simbolik Keagamaan
Peneliti	Iwan Joko Prasetyo
Lembaga dan Tahun	Universitas Dr. Soetomo Surabaya, 2017.
Teori	Teori Agenda Setting, Maxwel McCombs dan Shaw.
Metode Penelitian	Menggunakan metode penelitian kuantitatif, jenis “explanatory survey” yaitu penelitian yang mengambil sampel dari suatu populasi dan menggunakan kuisioner sebagai alat pengumpul data yang pokok.
Hasil penelitian	hasil perhitungan uji statistik yang dilakukan menunjukkan bahwa secara signifikan terdapat pengaruh pemberitaan kasus korupsi KH. Fuad Amin terhadap kredibilitas pemimpin simbolik keagamaan.

Iwan Joko Prasetyo. *Pengaruh Pemberitaan Media Massa Terhadap Kredibilitas Pemimpin Simbolik Keagamaan*. 2017.

Judul Penelitian	Pola Pemberitaan Media Online Kompas.com dalam Pelaporan Serangan Terorisme di Indonesia 2016-2020
Peneliti	Asri Pangestu dan Sukma Ari Ragil Putri
Lembaga dan Tahun	UIN Sayyid Ali Rahmatullah Tulungagung, tahun 2022
Teori	Teori Agenda Setting, Maxwel McCombs dan Shaw
Metode Penelitian	Menggunakan metode penelitian Kualitatif dengan metode analisis isi.
Hasil penelitian	Hasil penelitian menunjukkan bahwa media berita online Kompas.com melalui pemberitaannya tentang pelaku menciptakan stereotip teroris. Lalu melalui penggambaran penderitaan para korban, Kompas.com memediasi berbagai efek emosional di kalangan masyarakat.

Asri Pangestu & Sukma Ari Ragil Putri. *Pola Pemberitaan Media Online Kompas.com dalam Pelaporan Serangan Terorisme di Indonesia 2016-2020*. 2022.

### 2.1.2. Perbedaan Penelitian Terdahulu

Dari adanya penelitian terdahulu dengan judul penelitian ini adalah terlihat dari segi hasil penelitian dengan strategi yang digunakan yakni pada penelitian terdahulu pertama menggunakan, operasional Lensatimur yang menghasilkan konten artikel kreatif dan inovatif, serta relevan sesuai keunikan masyarakat Timur. Hanya berfokus pada masyarakat Timur saja, sedangkan penelitian ini untuk semua masyarakat yang mengaksesnya.

Pada penelitian terdahulu kedua strategi yang digunakan adalah melakukan berbagai inovasi dengan menyediakan rubrik khusus bagi pembaca yang mengangkat isu-isu lokal, melakukan sinergi antara media cetak dan media digital. Sedangkan Suara.com tidak ada media cetak, melainkan hanya media digital saja.

Penelitian terdahulu ketiga adalah mengenai komitmen wartawan dalam mencegah berita hoax, tahapan pemberitaan yang dilakukan wartawan online dalam mencegah berita hoax, dan standar kelayakan berita wartawan online dalam mencegah berita hoax. Sedangkan penelitian lebih menyeluruh atas segala pertentangan, tidak hanya berfokus pada satu pertentangan saja, yakni hoax.

Penelitian terdahulu empat terdapat pengaruh pemberitaan kasus korupsi KH. Fuad Amin terhadap kredibilitas pemimpin simbolik keagamaan. Perbandingan dengan Suara.com atau penelitian disini adalah terdapat hasil yang hanya berfokus pada satu pokok saja, sedangkan penelitian ini hasil yang didapati ada banyak.

### 2.1.3. Persamaan Penelitian Terdahulu

Dalam persamaan memiliki kesamaan yang hampir menyeluruh, antara lain dari segi metode yang digunakan yakni berupa, kualitatif dengan teknik penulisan hampir sama dengan penelitian penulis berupa adanya wawancara, observasi, dan dokumentasi.

Adapun perbedaan pada penelitian ke-empat dengan menggunakan metode yang berbeda, yakni kuantitatif. Akan tetapi kesamaan dalam penelitian itu pengaruh media massa dari penerapan strategi yang digunakan berupa apa. Sehingga dalam hal ini masih dapat dikatakan memiliki keterkaitan.

## 2.2. Teori Penelitian

Pemahaman teori sendiri menurut Stephen W. Littlejohn mengatakan bahwa teori merupakan sebuah abstraksi yang memiliki fungsi sebagai buku panduan untuk membantu kita memahami, menjelaskan, dan menafsirkan teori-teori yang digunakan para ilmuwan.<sup>1</sup>

### 2.2.1. New Media

Teori pertama adalah teori *New Media* yang dicetuskan oleh Pieree Levy dengan menjelaskan pembahasan teori terkait perkembangan media seiring perkembangan zaman yang telah memasuki era digitalisasi. Pada teori ini memiliki dua pandangan, yang pertama pandangan mengenai interaksi

---

<sup>1</sup>Stephe W Littlejohn. dan Karen A. Foss. Teori Komunikasi. Jakarta: Salemba Humanika. 2014. Hlm 14.

social. Pada *World Wide Web (WWW)* Levy berpendapat dilingkungan saat ini yang memiliki sifat serba fleksibel dan terbuka serta memungkinkan manusia untuk terlibat dalam pengetahuan-pengetahuan baru terkait dunia demokratis yang didalamnya mengenai kuasa dan mutunya dalam masyarakat yang mendorong untuk lebih interaktif.

Pandangan kedua Levy yakni membahas terkait integrasi social. Saat ini penggunaan media sosial telah menjadi suatu kebiasaan bagi sebagian besar manusia, bahkan mampu memiliki nilai tinggi dalam kehidupan. Seperti halnya mampu menciptakan masyarakat dalam beberapa bentuk masyarakat yang beraneka ragam. Sehingga media social sendiri bukanlah serta merta tentang bermedia, tetapi fungsinya dalam masyarakat yang dapat menyatukan berbagai perbedaan.<sup>2</sup>

Menurut Denis McQuail sebagaimana yang dituang dalam bukunya berjudul *Teori Komunikasi Massa* ciri utama dari media baru adalah adanya saling keterhubungan antara sebuah media dengan konsumen publik, aksesnya terhadap khalayak individu sebagai penerima maupun pengirim pesan, interaktif dalam membangun adanya timbal balik, kegunaan yang beragam

---

<sup>2</sup> Cindie Sya'bania Feroza dan Desy Misnawati, 'Penggunaan Media Sosial Instagram Pada Pkun @yhoophii\_official Sebagai Media Komunikasi Dengan Pelanggan', *Jurnal Inovasi*, 14.1 (2020), hlm 32-41



sebagai karakter yang terbuka, dan sifatnya yang ada di mana-mana dan mudah untuk diakses kapan saja dan dimana saja.<sup>3</sup>

Peranan komunikasi adalah pesan yang disampaikan kepada komunikan (penerima) dari komunikator (sumber) melalui saluran-saluran tertentu baik secara langsung atau tidak langsung.<sup>4</sup> Komunikasi merupakan media menghantar yang bisa melalui mana saja. Bahkan saat ini ada banyak media yang cukup digemari.

Sedangkan fungsi utama komunikasi sosial adalah untuk membangun sebuah konsep diri dan aktualisasi diri untuk kelangsungan hidup dimana untuk mendapat kemudahan dalam kehidupan dan memperoleh kebahagiaan, serta menghindari dari ketekanan dan ketegangan.<sup>5</sup> Dari adanya komunikasi dapat dipastikan mempermudah kehidupan seseorang. Jika terdapat seseorang yang tidak berkomunikasi, maka orang tersebut dapat dikatakan tersesat.

Contoh sederhana dalam kehidupan sehari-hari adalah seseorang yang tidak bisa menggunakan media sosial untuk bertukar kabar atau memperoleh informasi. Maka orang tersebut pasti akan selalu tertinggal dengan orang sekitarnya. Karena ia tidak mengetahui perkembangan yang ada, serta tidak bisa untuk mendapat menerima suatu informasi. Begitupun peran media saat ini yang sangat dibutuhkan.

---

<sup>3</sup>Denis, Mcquail. Teori Komunikasi Massa. (Jakarta: Salemba Humanika, 2011) Hlm 43.

<sup>4</sup> Mubarak Ahmadi, 'Dampak Perkembangan New Media pada Pola Komunikasi Masyarakat', (2020), hlm 27

<sup>5</sup> Deddy, Mulyana. Ilmu Komunikasi Suatu Pengantar. (Bandung: PT Remaja Rosdakarya) Hlm 5

Dalam mengakses suatu media, kini memiliki banyak penggemar karena selain memberikan banyak hal praktis dalam kehidupan, media baru-baru saat ini dapat memberikan timbal balik dua arah. Dimana dari segala segi media terdapat fitur komen yang berfungsi untuk menyampaikan kritik dan saran dari masing-masing komunikator dan komunikan. Sehingga dinilai lebih efektif dan efisien dalam mengembangkan mutu.

Secara sederhananya adalah *New Media* merupakan teori yang diartikan dalam bentuk komunikasi berbasis kecanggihan teknologi saat ini yang bersifat fleksibel dan memudahkan dalam interaksi social. Sebagaimana pada fungsi media dalam memberikan sebuah informasi akan kian mudah dan praktis. *New Media* memiliki keterkaitan dengan konsumen atau *viewers* dimana saling memberikan timbal balik. seperti keuntungan bagi *viewers* adalah mendapatkan kepuasan informasi, sedangkan perusahaan mendapatkan keuntungan dari adanya adsense.

Teori *New Media* juga merupakan teori baru yang cukup populer pada saat ini. Baru-baru ini penggunaan media cukup digemari dipakai dalam beberapa penulisan karena dianggap memiliki banyak keterhubungan pada era saat ini. Hal itu menyebabkan teori *New Media* seringkali disebut dan dipakai hingga tidak terasa asing saat membacanya.

Memasuki perkembangan zaman yang kian canggih dan serba mudah sudah sepatutnya dalam menunjang kebutuhan hidup sehari-hari dapat diatasi dengan praktis. Dengan tadinya dalam menerima suatu kabar atau berita

cukuplah rumit dengan memakan banyak waktu, namun kini semua dapat dengan mudah hanya dengan dari genggam tangan saja. Sebagaimana dengan media social yang kian mudah memberikan suatu informasi dari berbagai situs dan akun bagi para penggunanya.

Pada kehidupan masyarakat yang telah memasuki era digitalisasi saat ini, perlu mengerti serentetan dalam menggunakan media. Akan dinilai miskin pengetahuan jika salah seorang tidak menguasai atau paham apa saja media yang kini sudah menjadi kebutuhan primer. Maka secara kasar dapat dikatakan bahwa saat ini masyarakat dipaksa untuk mengikuti perkembangan yang ada guna untuk dirinya sendiri kelak.

### 2.2.2. Nilai Berita

Teori kedua yang dipakai pada penelitian ini adalah nilai berita. Nilai berita merupakan suatu unsur atau kriteria yang dijadikan suatu ukuran atau batasan terhadap fakta yang semestinya telah layak untuk diberitakan ataupun disebarluaskan kepada public, melalui berbagai media massa baik cetak ataupun elektronik.

Menurut Harriss, Leiter, dan Johson, 1981 mengatakan bahwa dalam sebuah berita setidaknya harus mengandung 8 unsur nilai berita, yaitu konflik, kemajuan, penting, dekat, aktual, unik, manusiawi dan berpengaruh.<sup>6</sup>

Sebenarnya menentukan suatu nilai berita sendiri juga dapat dilakukan secara

---

<sup>6</sup> Ismandianto, Tutut Ismi Wahidar, Nur Devitriana, 'Nilai Berita Pada Pemberitaan Bisnis Portal Bertuahpos.com', (2021), hlm 3

langsung oleh wartawan yang dinilai sudah professional untuk meliput. Sehingga memudahkan tugas redaktur dan editor sebelum menilai layak atau tidaknya suatu berita untuk dipublikasikan.

Dalam nilai berita terdapat hal yang ditulis dalam jurnal Sallot (J&MC Quarterly, 1998:369), nilai berita adalah *factual accuracy* (ketepatan fakta), *interest to readers* (menarik untuk dibaca), *usefulness to readers* (berguna bagi pembaca), *completeness* (kelengkapan), *timely publications* (tepat, publikasi tetap pada waktunya), *depicts subject in favorable light* (memaparkan permasalahan dengan baik), *mechanical/grammatical accuracy* (mekanisme/sesuatu dengan tata bahasa yang tepat), *fairness to different views* (keadilan atas adanya perbedaan pandangan).<sup>7</sup>

Ketepatan fakta merupakan suatu hal penting pada nilai berita. Tanpa adanya rekayasa semata demi meningkatkan popularitas, fakta yang aktual akan memberikan suatu dampak atau tarikan tersendiri bagi para pembaca yang hendak memiliki konsumsi berita untuk dirinya.

Menarik untuk dibaca adalah suatu pemberitaan yang dinilai tidak membingungkan serta penggunaan kata yang menarik. Sering kali pembaca dapat saja dengan mudah terbuai dengan judul yang menarik, hal itu cukup penting dalam menentukan minat pembaca nantinya.

---

<sup>7</sup> Ni Luh Ratih M. R., 'Persepsi Jurnalis dan Praktisi Humas terhadap Nilai Berita', (2013), Hlm 10.

Berguna bagi pembaca dapat diartikan bagi para pembaca yang membaca berita tersebut, akan mendapatkan informasi yang berarti dan bermakna. Bukan hanya berita yang melebih-lebihkan suatu unsur atau pembahasan tetapi tidak memberikan keuntungan atau berguna bagi pembaca. Berita yang baik adalah isi berita yang memberikan manfaat bagi para pembaca.

Kelengkapan data yang hendak diberikan juga memberikan suatu nilai tambahan jikalau pembaca memang tidak mengetahui suatu berita yang hendak dibaca. Sering kali kelengkapan data seperti tanggal atau tempat dapat membuat salahnya penyampaian (*miss communication*) kepada para pembaca. Tidak sedikit kelengkapan data yang kurang dapat memberikan kritik-kritik yang tidak diinginkan.

Tepat waktu adalah suatu bentuk diusungkan oleh media saat ini. Ketepatan waktu dinilai memiliki peran yang efektif dan efisien bagi pembaca yang tidak ingin membuang-buang waktu. Kecepatan mengunggah untuk konsumsi public juga menjadi point tersendiri bagi suatu media dinilai cepat atau lambat dalam memberikan konsumsi publik.

Memaparkan masalah yang baik dengan cara memperhatikan pemilihan kosakata yang mudah dimengerti adalah bentuk berita yang baik. Menghindari penggunaan kata yang terlalu tinggi dan mengandung ambiguitas juga salah satu bentuk berita yang baik. Buatlah berita yang

mudah dipahami, sekalipun untuk orang yang memiliki usia dibawah 17 tahun ataupun dianggap sudah cukup tua dalam mencerna pemahaman isi berita.

Memperhatikan tata bahasa yang tepat juga memiliki kesamaan dengan memaparkan masalah yang dituju. Penggunaan kata bahasa asing perlu dibedakan dengan ciri miringkan tulisan (*italic*), maka pembaca akan mudah memahami. Serta perlu dalam memperhatikan penggunaan EYD dan kata yang digunakan berdasarkan KBBI.

Nilai berita terakhir yang baik adalah keadilan berita atas perbedaan pandangan. Maksudnya adalah berita yang baik adalah berita yang tidak memihak pihak manapun. Sekalipun pihak lain dinilai mengandung hal negative, tetapi perlu diingatkan tugas dari wartawan sendiri adalah memberikan berita dari segi netral.

Sebagaimana yang tertera sebagai dewan pers atau wartawan, wartawan sendiri juga telah dilindungi oleh Undang-Undang No 40 Tahun 1999 tentang mengembangkan dan menjaga kemerdekaan atau kebebasan pers. Dimana jika terdapat pemberitaan dengan sengaja ditulis adanya unsur memfitnah, memeras, merugikan, dan lain hal. Dapat dipastikan itu bukanlah karya jurnalistik, melainkan tindakan kriminal.<sup>8</sup>

Fungsi dari dewan pers sendiri berdasarkan Undang-Undang No 40 Tahun 1999, adalah untuk melindungi kemerdekaan pers dari campur tangan

---

<sup>8</sup> Dewan Pers Periode 2019-2022. (Jakarta: Dewan Pers, 2019) Hlm. 24.

pihak. Menetapkan dan melakukan pengawasan terkait kode etik jurnalistik. Serta mengembangkan komunikasi antara pers, masyarakat, dan pemerintah.<sup>9</sup> Sehingga pers ataupun jurnalistik sendiri terlindungi dengan ancaman yang ada dan pers juga tidak bisa untuk semena-mena dengan Undang-Undang yang berlaku.

Sedangkan menurut Brian S. Brook dalam bukunya berjudul *News Reporting and Editing*, mengatakan kriteria umum pada nilai berita terdapat 11 banyaknya, antara lain sebagai berikut:<sup>10</sup>

a. Keluarbiasaan

Berita yang dimaksud dengan keluarbiasaan adalah berita yang diangkat berdasarkan dari hal-hal unik. Contohnya saja menyajikan berita tentang seseorang bernama Randy Gardner yang menerima percobaan untuk tidak tidur selama sebelas hari. Pemberitaan tersebut menjelaskan langkah-langkah yang dirasakan Randy dari hari ke hari, mulai dari rasa kantuk yang luar biasa sampai merasakan halusinasi hebat. Dan ia mampu mengalahkan recor dengan total jam 264,4 jam, atau 11 hari 25 menit.

b. Kebaruan

Suatu berita haruslah menampilkan isi yang terbaru. Hal tersebut dinilai lebih *fresh* dan *up to date* pastinya. Contoh sederhananya berupa

---

<sup>9</sup> Agus Sudibyo, Nurcholis Basyrari, Dkk. Mengenal Dewan Pers 107 Tanya Jawab Tentang Dewan Pers. (Jakarta: Dewan Pers, 2019) Hlm 9.

<sup>10</sup> Syarifudin Yunus. Jurnalistik Terapan. (Bogor: Ghalia Indoneisa, 2012). Hlm 51

membahas laporan bertambahnya korban kecelakaan pesawat di Nepal yang terjadi pada pagi hari, saat ini telah memakan korban jiwa sebanyak 68 orang penumpang.

Dengan memperhatikan kata laporan bertambah, dapat diartikan bisa saja sewaktu-waktu data berubah dinamis karena kebaruan berita yang diterima. Sehingga sistemnya harus selalu memantau perkembangan dari kejadian di lapangan.

#### c. Akibat

Mampu menjelaskan akibat yang diberikan untuk public dari mereka membaca berita yang dibaca. Contohnya seperti usai pandemi telah berakhir, kini penjual masker mengalami kerugian yang cukup besar. Alasannya masyarakat lebih memilih untuk melepas atau tidak menggunakan masker saat pandemi telah usai.

Akibat dari membaca berita tersebut mampu membuat penjualan dari masker melonjak drastis, karena pembeli merasa iba pada beberapa penjual masker. Memang tidak selalu memberikan dampak yang baik sesuai yang diharapkan, bisa saja menimbulkan suatu dampak yang kurang baik kedepannya.

#### d. Aktual

Hampir memiliki kesamaan dengan kebaruan pada berita, aktual waktu kejadiannya lebih dekat dan sangat terbaru. Biasanya dalam hal ini berita yang



dibawakan bersifat sedang terjadi, dan disajikan dalam bentuk siaran langsung. Contohnya seorang reporter menjelaskan kejadian demo besar-besaran di depan gedung DPR RI.

Dari sajian siaran langsung tersebut maka reporter atau media tidak dapat memberikan suatu berita yang palsu atau *hoax*. Karena hal itu dilihat langsung oleh *viewers*. Dan hal ini lebih disukai pembaca karena dinilai tidak mengada-ada.

#### e. Kedekatan

Dalam membawakan isi pembahasan suatu berita, perlu yang namanya kedekatan psikologis dan geografis. Kegunaannya agar pembaca lebih merasa tersentuh ketika membacanya. Contoh sebagai berikut, gempa yang terjadi di Cianjur membuat seorang Ibu hamil terkubur hidup-hidup. Jasadnya kini sudah teridentifikasi oleh pihak forensik.

Menjelaskan letak geografis yakni daerah Cianjur yang mengalami longsor akibat gempa. Dan sentuhan psikologinya berupa Ibu hamil yang ditemukan tewas terkubur hidup-hidup didalam rumahnya sendiri. Hal seperti itu yang dapat memberikan kesan pilu bagi pembaca dan membuat daya tarik tersendiri.

#### f. Informatif

Tentunya berita harus memiliki informasi penting dan dibutuhkan pembaca. Berita yang dibawakan harus mampu bisa menghilangkan

ketidakpastian atau simpang siur berita yang beredar. Contohnya Ibu Risma diduga hamil anak Rozy. Kata diduga itu harus dibuktikan kebenarannya.

Sebagaimana yang diketahui bahwa berita tersebut masih simpang siur. Pasalnya Risma yang mengaku sebagai korban, memberikan pernyataan yang bertentangan dengan kesaksian Rozy selaku mantan suaminya yang diduga meniduri Ibu kandung Risma. Maka tugas jurnalistik harus mencari tau informasi tersebut sampai tuntas ke akar-akarnya agar tidak membingungkan pembaca.

#### g. Konflik

Mengandung unsur konflik atau pertentangan didalamnya juga mampu membuat nilai berita menjadi dilirik banyak pembaca. Salah satu contohnya adalah perseteruan Bunda Corla dengan Artis Nikita Mirzani yang tidak kunjung reda. Dengan membawa konflik pastinya pembaca akan tertarik untuk mengetahui konflik apa dibalik keduanya.

#### h. Orang Penting

Dengan melibatkan orang-orang penting atau berpengaruh, juga membuat pembaca merasa tertarik untuk mengetahui kehidupan lain dari sosok tersebut. Contohnya ternyata Raffi Ahmad pernah mendapatkan pelayanan buruk saat berlibur di Amsterdam, Belanda. Raffi yang geram akhirnya menunjukkan jumlah pengikut Instagram miliknya, dan pelayan tersebut segera minta maaf dan memberikan pelayanan terbaik.

Bahkan secara mengejutkannya, pihak pelayan disana sampai menanyakan “kamu siapanya presiden?”. Mengetahui pengikut Raffi kini menembus angka 66 juta. Membuat pelayan sana beranggapan orang ini penting bahkan memiliki hubungan dengan presiden Belanda. Berita seperti ini dinilai penting jika melibatkan orang penting juga.

#### i. Kejutan

Berita memberikan kejutan yang membuat pembaca tidak akan menyangka hanya dari membaca judulnya saja. Sehingga rasa penasaran akan terbayarkan usai membaca berita tersebut. Contohnya seperti akhirnya Indah Permatasari memberitahu ke publik identitas anak pertamanya dengan Arie Kriting.

Sempat mengetahui bahwa sang suami bersepakat dengan istrinya untuk tidak membeberkan identitas anaknya kepada publik. Keduanya ingin bahwa untuk membeberkan identitas anaknya hanyalah atas keinginan anaknya saja. Dimana bermaksud memberikan ruang privasi untuk anaknya.

#### j. Ketertarikan Manusia

Hampir sama dengan kedekatan, yakni sama-sama menguras emosi dan kedekatan psikologi pembaca. *Human Interest* mampu lebih menggetarkan hati dan mengedepankan emosional ketimbang rasional. Contohnya seorang pemuda mengeksploitasi Ibunya untuk mandi lumpur dimana hal tersebut akan mendatangkan uang.

Bagi sebagian orang hal tersebut sangatlah menguras emosi dan membuat perasaan sedih sekaligus campur aduk. Seorang anak yang tega melakukan tindakan tidak beradab seperti itu kepada ibunya yang sudah tua dan lemah. Sontak tindakan tersebut banyak membuat warganet melaporkan aksi pemuda tersebut.

## **2.3. Konsep Penelitian**

### 2.3.1. Pemahaman Tentang Strategi

Kegunaan dalam memilih strategi memiliki peranan penting guna menjalin suatu tujuan bersama. Dalam menyusun strategi perlu memahami konsep yang akan menjadi landasan utama dalam persoalan yang hendak dijadikan pokok permasalahan. Dengan salah satunya mencoba untuk memahami pola komunikasi berdasarkan komunikator ataupun komunikan disampaikan. Memahami pengertian dari strategi sendiri dapat memberi kemudahan berkomunikasi dengan bantuan mengenali rumusan strategi dari interkasi.

Rumusan strategi yang baik pasti akan mempunyai suatu bentuk manfaat untuk pemahaman kondisi penyusunan strategi yang sebenarnya, serta mengatasi konflik pada hal-hal apa saja yang dapat dijadikan pemanfaatan pada beberapa sebagian sumber daya. Dalam beberapa kasus rumit, suatu strategi sangat dibutuhkan khususnya ununtuk mengatasi jalannya

sebuah perusahaan. Maka pentingnya komunikasi yang memiliki dua arah untuk memperoleh adanya solusi dan tujuan bersama untuk kedepannya.

komunikasi merupakan paduan dari perencanaan dan manajemen dalam aktivitas komunikasi untuk mencapai satu tujuan, dan untuk mencapai tujuan tersebut.<sup>11</sup> Strategi komunikasi harus dapat menunjukkan waktu dan kondisi yang sesuai, dengan kata lain mampu memperhitungkan kondisi dan situasi yang sedang dihadapi ataupun yang akan dihadapi pada masa depan guna mencapai efektifitas.

Menurut Effendy dalam Arfian strategi komunikasi memiliki tiga tujuan utama, yaitu:

- a. *To Secure Understanding*, yang berarti memastikan bahwa penerima pesan mengerti dan memahami pesan yang dia terima. Hal ini menjadi unsur penting dalam terjalinnya suatu hubungan komunikasi antar partisipan atau pasangan tutur.
- b. *To Establish Acceptance*, yang berarti melakukan pembinaan terhadap khalayak ketika sudah dapat mengerti pesan yang mereka terima. Dalam hal ini dimaksudkan seperti berdiskusi terkait pembahasan komunikasi.

---

<sup>11</sup> Argi Putra, Rizka & Sri Hastjarjo 'Strategi Komunikasi dalam Penerapan Kebijakan Transportasi'. Diakses melalui: <https://www.jurnalkommas.com/docs/Jurnal%20%20D1213063.pdf>. Pada tanggal 29 Mei 2022, pukul 21.00.

c. *To Motivate Action*, yang berarti memotivasi atau mendorong khalayak untuk melakukan tindakan atau berperilaku sesuai dengan tujuan dari strategi komunikasi pada ranah hal positif.

Guna menghindari dari adanya konflik yang kemungkinan akan muncul ataupun yang sudah muncul. Serta bagi sumber daya yang diperoleh perusahaan sendiri dapat memberikan pemasukan yang menjanjikan dengan mengenali suatu strategi yang baik dan benar. Semua proses strategi yang baik adalah dilandasi dengan pola komunikasi yang tepat pada sasaran yang dengan telah melakukan pemikiran secara matang.

Menurut Fajar, suatu proses komunikasi akan berjalan dengan baik dan efektif apabila dirumuskan ke dalam suatu strategi komunikasi yang benar dan tepat, beberapa rumusan strategi komunikasi tersebut adalah sebagai berikut :<sup>12</sup>

1.) Mengenal khalayak merupakan suatu mencapai hasil yang positif dalam proses komunikasi, maka komunikator harus mampu menimbulkan persamaan dari kepentingan dengan khalayak terutama dalam pesan metode dan media yang digunakan.

Untuk menciptakan persamaan dari kepentingan tersebut, maka komunikator harus mengerti dan memahami, pola pikir (*frame of reference*)

---

<sup>12</sup> *Ibid*, Hlm 9.

dan pengalaman (*experince*) komunikan secara tepat dan seksama yang meliputi kondisi mental dan fisik khalayak yang terdiri atas :

a.) Pengetahuan khalayak mengenai pokok persoalan saat melakukan komunikasi. Guna menghindari sifat komunikasi yang dirasa kurang berbobot atau penting.

b.) Pengetahuan khalayak untuk menerima pesan – pesan lewat media-media apa saja yang digunakan. Guna terjadinya interaksi dua arah,

c.) Pengetahuan khalayak pada penggunaan kata-kata yang digunakan. Guna menarik simpati pasangan komunikasi agar senantiasa terjalin lebih lama.

2.) Terdapat rumus sederhana dalam komunikasi untuk digunakan pada pesan agar pesan yang disusun dapat menjadi efektif sebagai marketing komunikasi dengan menambah sebuah rumus yang memiliki singkatan berupa AIDDA.

a.) Perhatian (*Attention*), pesan yang disusun harus mampu menarik perhatian komunikan atau si penerima pesan agar pesan dapat diterima dan dimengerti dengan baik.

b.) Ketertarikan (*Interest*), pesan komunikasi yang disajikan mampu menimbulkan ketertarikan pesan secara lebih bagi komunikan sehingga mampu menggiring komunikan tertarik untuk melakukannya atau dengan kata lain merasa tersugesti.

c.) Keinginan (*Desire*), setelah muncul ketertarikan, pesan tersebut harus membuat penerima pesan merasa ingin untuk melakukan apa yang ditunjukkan dalam pesan yang disampaikan.

d.) Keputusan (*Decision*), pesan harus bisa membuat komunikan akhirnya memutuskan untuk melakukan apa yang tertera dalam pesan yang disampaikan tanpa adanya paksaan.

e.) Aksi (*Action*), dari pesan tersebut mampu menggerakkan komunikan untuk melakukan hal sesuai dengan tujuan komunikasi sejak dari awal. Tentunya dengan suatu penggiringan yang dapat memberikan komunikan merasa ingin bergerak melakukan.

Menggunakan pemahaman dari teori AIDDA, dapat dikaitkan dengan terjadinya persaingan pada beberapa media. Terdapat banyak media yang saling bersaing menunjukkan segala aspek kualitas terbaiknya agar senantiasa membuat pembaca merasa tertarik pada suatu media. Dari segala bentuk marketing komunikasi dilakukan agar tepat pada target pasar dan kian menarik minat viewers.

Pada penelitian ini dalam penggunaan teori Aida bukanlah semata-mata penulis menggunakan dua teori atau lebih. Melainkan teori Aida ini sebuah teori yang disisipkan untuk pada pelengkap bahasan saja. Mengingat pentingnya sponsor masuk untuk pendapatan perusahaan, maka teori Aida dapat dikaitkan dengan isi dari pembahasan penelitian ini, yakni adanya marketing komunikasi.



Marketing komunikasi sendiri sangat diperlukan kehadirannya guna menarik pembaca dan beberapa sponsor untuk menggunakan media tersebut hingga mempertahankan nama. Peran dari marketing komunikasi dalam menghadapi persaingan dengan media lainnya dapat menjadi suatu komponen penting bagi perusahaan dalam menentukan tingkatan pembaca. Markom atau marketing komunikasi juga tidak hanya memfokuskan pada marketing saja tapi dalam menentukan design merupakan salah satu tugas markom yang cukup penting bagi perusahaan.

3.) Menetapkan metode setelah melakukan tahap pengidentifikasian situasi dan kondisi, tahap selanjutnya adalah memilih metode penyampaian yang sesuai.

a.) Repetition, mampu mempengaruhi khalayak dengan cara mengulang atau mempertanyakan pesan kepada komunikan. Dengan metode ini komunikan akan lebih memperhatikan dan cenderung memikirkan pesan itu, karena justru berkonsentrasi pada pesan yang diulang – ulang saja.

b.) Mengenal personality, untuk mempengaruhi komunian harus lebih dalam mengerti tentang pembahasan dengan melakukan referensi terlebih dulu dari lapangan atau pengalaman.

c.) Informatif, bentuk isi pesan harus memiliki tujuan informatif yang bisa mempengaruhi khalayak dengan cara penerangan berupa pembawaan pesan yang penting dan *up to date*.

d.) Persuasif, cara mempengaruhi komunikasi dengan cara membujuk. Dalam hal ini komunikasi diajak baik pikirannya, ataupun perasaannya.

e.) Edukatif, hampir mirip dengan informatif, namun dalam cara ini bentuk pesan harus mencakup pendapat, fakta-fakta menarik, dan pengetahuan.

f.) Force/kursif, dalam cara ini komunikasi dipaksa, tanpa adanya kesepakatan dua belah pihak dan dipaksa untuk menerima gagasan atau ide yang dilontarkan, maka cara ini cenderung dengan ancaman. Sebagai salah satu contohnya adalah perintah atau larangan dari Pemerintah setempat untuk melakukan segala bentuk yang dapat memberikan kerugian tersendiri.

### 2.3.2. Pemahaman Tentang Media

Membahas terkait media dalam kehidupan sehari-hari rasanya tidak luput dari penggunaan berbagai platform. Media mencakup berbagai ranah kebutuhan, seperti media online hingga media sosial yang memiliki fungsi untuk membuat perkembangan diri berdasarkan kemajuan zaman dan teknologi yang ada. Manfaat-manfaat tersebutlah yang jika dikembangkan

secara positif akan mendatangkan suatu dampak bagi penggunanya, salah satunya adalah keuntungan.

Menurut Ambar, istilah media mengerucut pada dua pengertian yaitu media nirmassa dan media massa. Media nirmassa sendiri merupakan media non massa yang digunakan untuk menyampaikan informasi seperti contohnya surat, telepon, telegram, poster, spanduk, papan pengumuman, bulletin, folder, majalah organisasi, radio amatir, dan lain-lain. Sedangkan media massa, yaitu berbagai bentuk, alat, dan sistem yang digunakan dalam konteks komunikasi massa.<sup>13</sup>

Sedangkan menurut Cangara, dalam bukunya berkata komunikasi adalah proses di mana suatu ide dialihkan dari sumber kepada suatu penerima atau lebih, dengan maksud untuk mengubah tingkah laku mereka.<sup>14</sup> Dimana bermaksud mampu memberikan suatu dorongan seseorang dalam menentukan tingkah laku yang mengatur pola psikologisnya. Menurut Nurudin, komunikasi adalah proses komunikasi dalam usaha menyampaikan suatu gagasan untuk menerima umpan balik dari gagasan yang kita sampaikan. Pada terjadinya komunikasi pasti memiliki dua partisipan didalamnya.<sup>15</sup>

Media sendiri terdiri dari beberapa jenis, ada media massa, media online, dan media sosia. Pemahaman dari media massa menurut Cangara

---

<sup>13</sup> Rahartri, 'Media Komunikasi Efektif Pada Layanan Jasa Informasi: Studi Kasus Di Kawasan Pusat Penelitian Ilmu Pengetahuan Dan Teknologi (Puspiptek)', *Pustakawan*, 26.2 (2019), 109–17.

<sup>14</sup> Hafied, Cangara. Pengantar Ilmu Komunikasi. (Jakarta :RajaGrafindo Persada, 2012) hlm 123

<sup>15</sup> Nurudin. *Ilmu Komunikasi Ilmiah dan Populer*. (Jakarta: PT. Raja Grafindo Persada, 2016) hlm 118.

media massa adalah alat yang digunakan dalam menyampaikan pesan kepada khalayak dengan menggunakan alat-alat komunikasi mekanis, seperti surat kabar, radio, televisi, film dan sebagainya.<sup>16</sup>

Dengan kata lain media massa adalah sejenis wadah untuk mencari suatu informasi yang dikemas dalam bentuk berita untuk dikonsumsi oleh khalayak. Berita yang disajikan bisa dalam bentuk apapun mulai dari hiburan ataupun membahas seputar pengetahuan. Memahami media online, perlu diperhatikan adanya perbedaan untuk sifat pemberitaan yang hendak disampaikan. Jika berita tersebut bersifat formal atau berat, maka media online yang harus menangani seperti menggunakan website resmi. Sedangkan penyebaran informasi yang bersifat ringan, dapat disampaikan melalui media sosial seperti Instagram.

Sedangkan media online sebenarnya hampir sama dengan media massa, yakni sama-sama dalam membuat berita. Hanya saja maksud dari media online disini lebih terperinci pada platform yang digunakan. Sebagai contoh media online adalah platform Suara.com yang menyajikan berita seputar hiburan, entertainment, dan masih banyak hal lain. Kemudian menurut

---

<sup>16</sup> M. Yoserizal Saragih, 'MEDIA MASSA DAN JURNALISME: Kajian Pemaknaan Antara Media Massa Cetak Dan Jurnalistik', *Jurnal Pemberdayaan Masyarakat*, 6.1 (2019), 12 <<https://doi.org/10.37064/jpm.v6i1.4988>>.

Akrimi dan Khemakem (2012) mengatakan media sosial adalah tempat untuk memungkinkan berbagi informasi antara pengguna menjadi lebih mudah.<sup>17</sup>

Berikut manfaat-manfaat dalam menggunakan media secara bijak:

a.) *Social Networking*

Menjadikan media dalam menyebarkan jaringan komunikasi ataupun mencari partner, hal tersebut menjadi suatu hal yang sering digunakan bagi segelincir orang untuk mencari seseorang dalam berbagai kesempatan, seperti menambah relasi untuk kebutuhan pekerjaan.

Dalam kesempatan *sosial networking* sendiri juga dapat dijadikan sebagai tempat untuk mencari sebuah relasi untuk pekerjaan. Dengan menyebar banyaknya relasi pertemanan melalui sosial media, akan sangat membantu untuk memperoleh pekerjaan yang dibutuhkan sesuai dengan standar keahlian.

b.) *Media Sharing*

Dalam menggunakan media sebagai wadah untuk menyebarkan berbagai kisah-kisah perjalanan hidup yang seru dan menarik ataupun memamerkan berbagai hal kepada sosial untuk mempromosikan atau

---

<sup>17</sup> D Untari and D E Fajariana, 'Strategi Pemasaran Melalui Media Sosial Instagram (Studi Deskriptif Pada Akun @Subur\_Batik)', *Widya Cipta*, 2.2 (2018), 271-78 <<http://ejournal.bsi.ac.id/ejurnal/index.php/widyacipta>>.

memperlihatkan diri dengan kata lain dapat disebut dengan istilah *personal branding*.

Tat kala hal tersebut justru memberikan dampak baik bagi pemilik akun untuk menunjukkan siapa dirinya. Tidak sedikit juga dalam hal tersebut dapat menimbulkan sebuah citra yang baik, khususnya bagi orang yang mengunjungi halaman branda akun miliknya. Contohnya saja perusahaan yang akan melakukan pengecekan CV (Curriculum Vitae) untuk mempertimbangkan calon pekerjanya hanya melalui laman media akun social.

c. *Trade* (berdagang)

Dalam memanfaatkan adanya media dan kecanggihan teknologi yang ada, kesempatan ini menjadi peluang besar untuk memulai bisnis. Berdagang online saat ini tengah digandrungi oleh banyak orang dan menjadi minat banyak bagi konsumen karena keefisienan menggunakan media.

Bahkan melakukan perdagangan melalui online sudah banyak bukti yang mengatakan dengan cara tersebut mendatangkan keuntungan yang cukup besar. Serta dimana membuat kebutuhan lebih efektif dan efisien bagi pedagang maupun pembeli karena kemudahan proses dari adanya era digitalisasi.

d.) *Up To Date*

Dampak lain yang diberikan dari adanya media antara lain dapat membuat diri kian berkembang dengan selalu memperbarui diri dalam

menerima berbagai informasi dan berita yang bisa diperoleh dari berbagai orang ataupun sumber kabar berita.

Memasuki era digitalisasi, memperoleh berita dan informasi sudah sangat mudah dan cepat. Dalam hitungan sekejap sudah dapat mengetahui berbagai banyak hal yang ada. Khususnya informasi yang sedang terjadi dapat dengan mudah untuk mengetahui.

### 2.3.3. Pemahaman Tentang Suara.com

Mengulik lebih dalam perusahaan media Suara.com yang lahir pada 11 Maret 2014, portal pemberitaan yang dikelola oleh PT Arkadia Media Nusantara di bawah naungan induk perusahaan PT Arkadia Digital Media Tbk. Suara.com memiliki berbagai media sosial dalam memberikan informasi untuk para khalayak umum. Seperti halnya Suara.com mengoperasikan media sosial berupa Youtube, TikTok, Twitter, Instagram, dan Facebook.

Pada media sosial Youtube Suara.com sendiri memiliki beberapa pembahasan yang dirangkum pada *playlist* Youtube. Seperti berbagai program acara Suara.com antara lain:

#### 1.) Direktorial

Program acara direktorial adalah serangkaian pembahasan yang membahas hal-hal sedang viral. Dimana dirangkum dalam bentuk slide foto-foto dengan penjelasan caption didalamnya. Serta diiringi instrumental yang semakin menambah kesan penasaran dalam menyaksikan acara tersebut.

### 2.) *Podcast On The Go*

Program acara Podcast On The Go adalah program yang dirancang dalam pembahasan hal-hal berbaur inspiratif. Salah satu contohnya adalah mengunjungi dan mewawancarai narasumber terkait usaha yang didirikannya. Seperti menanyakan kapan usaha didirikan sampai membahas keluhan kesah selama menjadi pengusaha.

### 3.) Ngorbit

Program acara Ngorbit adalah program dimana berbincang-bincang santai dengan beberapa sederetan selebritis atau influencer dalam mengulik kisah-kisah menarik dalam diri mereka. Tat kala dalam program acara ini, para artis atau *influencer* mempromosikan lagu, film, atau sosial media mereka dalam laman ini.





#### 4.) Liputan Khusus

Program acara Liputan Khusus adalah program acara yang berfokus mengulik salah satu sosok biografi inspiratif. Salah satunya adalah biografi seorang wanita saat mengalami kelamnya masa penjajahan PKI. Liputan khusus menyajikan kisah menarik yang terpendam dan jarang orang ketahui.

#### 5.) Nyore

Program acara Nyore adalah program yang dirancang dalam pembahasan hal-hal berbau hiburan pada sore hari. Seperti mengunjungi tempat-tempat hits ataupun restaurant yang banyak digandrungi anak muda. Dengan mengulik terdapat hal-hal apa saja yang ada pada suatu tempat.

#### 6.) Suara.Live

Program acara Suara.Live adalah program yang menyajikan obrolan antar narasumber dengan pewawancara dalam segi berbagai pembahasan. Seperti halnya dalam pembahasan kesehatan yang melalui virtual *zoom* ataupun melalui *live* pada youtube.

#### 2.4.4. Pemahaman Rubrik

Pemahaman kata rubrik sendiri menurut Onong Uchjana Effendy merupakan ruangan atau portal khusus pada halaman surat kabar dan media cetak yang lainnya

untuk membahas pembahasan khusus.<sup>18</sup> Pada tiap portal pemberitaan, pasti akan memiliki kanal masing-masing dalam sebuah pembahasan berita. Fungsinya yakni untuk memudahkan pembaca dalam memilih berita yang hendak dibaca.

Dalam memilih kanal atau portal bacaan dinilai lebih efisien bagi pembaca. Alasannya tidak memerlukan banyak waktu untuk memilih bacaan sesuai segmentasi *viewers*. Pada rubrik news sendiri di media Suara.com, memiliki banyak kanal, diantaranya ada pembahasan *news, lifestyle, entertainment, otomotif, sporty*, dan masih banyak lainnya.

Pada pembahasan kanal news nasional, Suara.com membahas isu-isu pemberitaan mengenai apa saja yang sedang terjadi dalam negeri. Seperti halnya membahas isu resesi di tahun 2023, yang membuat gempar warga Indonesia karena harus menyiapkan diri berupa tabungan dan investasi untuk menghadapi resesi. Pada rubrik news ini, membahas hal yang berkaitan erat dengan contoh serupa. Mengambil suatu pembahasan berita nasional lebih terlihat menarik, ketimbang ranah internasional.

Contoh lainnya berupa kasus pembunuhan yang sempat membuat geger masyarakat Indonesia. Korban dimutilasi oleh rekan bisnisnya yang berkedok menjadi selingkuhan pelaku. Pembahasan tersebut membuat *viewers* pada rubric news nasional mendapatkan angka yang cukup tinggi. Karena pasalnya kasus seperti ini dianggap sangat berbahaya bagi sebagian orang, khususnya wanita yang ingin

---

<sup>18</sup> Yuniar Wahyu Tri Astuti, Suyono. "Gambaran Isi Rubrik For Her di Harian Surat Kabar Jawa Pos". (2018) Hlm 13.

memulai hubungan dengan orang baru. Sehingga Suara.com perlu membuat pemberitaan yang dapat menarik segmentasi pembaca dengan pembahasan yang sedang hangat dibicarakan.

#### 2.4.5. Pemahaman Berita

Berbeda dengan rubrik yang berarti adalah kanal atau portal berita. Kata berita sendiri menurut J.B. Wahyudi adalah sebagai bentuk laporan akan peristiwa dimana memiliki nilai penting dan memiliki manfaat bagi khalayak sehingga menarik untuk diketahui, berita yang dibawakan juga harus bersifat masih *fresh* atau terbaru.<sup>19</sup>

Memahami nilai berita yang harus bersifat *ter-up to date* memang menjadi suatu keharusan dalam berita. Maka berita tersebut akan digemari oleh pembaca. Pembaca juga perlu mengetahui kaidah dalam penulisan berita agar mengetahui hal-hal apa saja jika dirasa adanya kesalahan penulisan pada sebuah berita yang disajikan.

Secara umumnya, berita yang baik adalah berita yang tidak memihak pihak manapun. Sebagaimana yang dikatakan oleh William S. Maulsby, berita diartikan dalam penuturannya tidak memihak dari fakta-fakta yang penting dan baru terjadi.<sup>20</sup> Terpenting berita hanyalah menyampaikan apa saja yang telah terjadi pada lapangan tanpa adanya dilebih-lebihkan. Jika teridentifikasi maka hal tersebut dapat dilaporkan atau diberi kritik dan saran.

---

<sup>19</sup> Indah Suryawati. Jurnalitik Pengantar. (Bogor: Ghalia Indonesia, 2011). Hlm 69.

<sup>20</sup> Ibid. Hlm 68

Jenis berita sendiri terbagi menjadi dua, berita berat atau biasa disebut *hard news* dan ada juga berita ringan atau biasa disebut *soft news*. Berikut penjelasannya:

a. Berita Berat (*Hard News*)

Berita berat merupakan berita yang sifatnya *strightnews* dan *spotnews*. Dimaksudkan adalah bersifat langsung memaparkan isi kejadian yang terjadi. Pada paragraf pertama atau biasa disebut dengan *lead*, spontan langsung menjelaskan isi kejadian berupa adanya unsur apa, siapa, dimana, dan kapan.

Jenis berita ini tergolong cukup rumit mengingat harus membahas dan mencari hal-hal yang sedang terjadi pada lapangan dan tentunya harus bersifat aktual. Aktual disini menyangkut dengan waktu. Semakin cepat waktu berita yang di publikasikan, akan semakin bagus.

b. Berita Ringan (*Soft News*)

Pada berita ringan merupakan berita yang sifatnya *feature*. Maksudnya adalah tidak memfokuskan pada aktualisasi, melainkan mencari data-data hanya dari beberapa sumber yang ada diinternet atau kutipan terdahulu. Terpenting dari berita ringan ini adalah mampu menarik daya pembaca.

Seringnya berita ringan ini membahas tentang isu-isu *lifestyle* ataupun hal tentang kesehatan. Namun bisa juga membahas seputar *tips and trick*. Berbeda dengan berita berat, pada *lead* berita hanya membahas hal yang dinilai tidak begitu penting. Dari membahas hal yang meluas hingga ke hal yang menjadi pokok pembahasan utama.

## Unsur-Unsur Berita:<sup>21</sup>

a.) What, terdapat diawal *lead* atau teras berita. Menjelaskan secara singkat peristiwa apa yang sedang terjadi.

b.) Who, terdapat diawal *lead* atau teras berita. Menjelaskan siapa yang terlibat dalam peristiwa tersebut.

c.) When, terdapat diawal *lead* atau teras berita. Menjelaskan kapan terjadinya peristiwa

d.) Where, terdapat diawal *lead* dan bisa juga di *body* atau isi berita. Menjelaskan dimana letak kejadian terjadi.

e.) Why, terdapat di *body* atau dipenguraian susunan akhir berita. Menjelaskan alasan berita tersebut dapat terjadi.

## Urutan susunan berita berdasarkan segitiga terbalik sendiri terdiri dari:<sup>22</sup>

a.) Judul berita, hal ini menjadi penentu jumlah *viewers* nantinya. Semakin menarik judulnya, semakin penasaran publik untuk membacanya.

b.) Dateline berita, terdapat penjelasan tanggal publishing berita.

c.) Teras berita, awalan dalam berita yang berisikan apa, siapa, dan kapan.

---

<sup>21</sup> Inung Cahya S. *Media Massa*. (Yogyakarta: PT Citra Aji Parama, 2012) Hlm 17.

<sup>22</sup> A.A. Sahab. *Cara Mudah Menjadi Jurnalis*. (Jakarta: Dewan Publishing, 2008) hlm 13

d.) Tubuh berita, berisikan uraian apa saja yang dibahas secara keseluruhan.

e.) Penguraian berita, berisi alasan atau *why* motif peristiwa terjadi.

f.) Penutupan berita, berisikan kalimat yang menandai berakhirnya berita. Biasanya diakhiri dengan tanda \*\*\*

#### 2.4.6. Pemahaman Pers

Sedangkan berdasarkan Pasal 1 ayat (1) Undang-Undang Nomor 40 Tahun 1999 tentang Pers memberikan arti kata "pers" sebagai suatu lembaga sosial dan wahana komunikasi massa yang melaksanakan kegiatan jurnalistik, meliputi mencari, memperoleh, memiliki, menyimpan, mengolah dan menyampaikan informasi baik dalam bentuk tulisan, suara, gambar, suara dan gambar, serta data dan grafik maupun media elektronik, dan segala saluran yang tersedia<sup>23</sup>

Peranan pers sendiri pada era dahulu dulu berfungsi sebagai sarana media cetak seperti untuk surat kabar ataupun majalah. Berbeda dengan dewan pers suatu lembaga yang independen dimana berdiri sendiri dan berfungsi menyematani pers dengan pihak lain. Peranan lain dewan pers sendiri ialah untuk menegur kalau ada perusahaan pers yang melanggar kode etik pers. Namun seiring memasuki perkembangan zaman saat ini, pers dikait-kaitkan dengan kedudukan jurnalisisme dalam mencari berita. Bahkan saat ini wadah media yang digunakan tidak hanya

---

<sup>23</sup> Dahlan Surbakti. "Peran dan Fungsi Pers Menurut Undang-Undang Pers Tahun 1999 Serta Perkembangannya". (2017) Hlm 10.

selalu media cetak. Akan tetapi kini telah memasuki media online dan media elektronik.

Sebagai seorang pers juga harus memiliki dan menerapkan kode etik pers. Guna menghindari beberapa kerugian diberbagai pihak. Pihak yang mengatasnamakan perusahaan, pihak dirinya sendiri, dan pihak yang diliputi. Sekarang-sekarang ini, pers terdapat banyak oknum yang melakukan kegiatan jurnalistik tidak dibekali dengan kode etik pers. Padahal hal ini wajib dimiliki bagi seorang jurnalis.

Walaupun pers sendiri dibawah naungan perlindungan dari Pasal 1 ayat (1) Undang-Undang Nomor 40 Tahun 1999, akan tetapi tidak menutup kemungkinan seorang jurnalis yang dapat merugikan berbagai pihak dapat saja untuk dituntut. Melainkan bukan kurungan penjara yang didapati, tetapi sanksi yang akan diterima. Pada umumnya sanksi bagi pers yang menyalahi kode etik harus membayar denda yang dimintai.

Sering kali terdapat banyak dilihat ada beberapa orang pers yang saat sedang melakukan peliputan langsung, merasa terbawa emosional sehingga melontarkan kalimat tidak pantas. Seperti contoh kasus Ferdy Sambo yang saat-saat ini sedang ramai diperbincangkan. Ada banyak sekali wartawan setelah jaksa hakim menetapkan keputusan tahanan bagi Richard Eliezer selama 12 tahun. Para wartawan tersebut sontak menyoraki ruangan sidang secara bersamaan.

Padahal jika merujuk pada pasal diatas, tugas seorang pers atau kegiatan jurnalis adalah mencari data dengan faktual dan terpercaya saja. Tidak membenarkan seorang jurnalis untuk ikut mengomentari serangkaian kejadian yang terjadi dilapangan. Meskipun hanya sekedar menyoraki, itu termaksud melanggar kode etik jurnalis.

Pada dasarnya tugas seorang jurnalis yang baik dan benar yakni hanya menyampaikan apa saja yang terjadi dilapangan. Tentunya dengan memegang pihak netral seorang jurnalis dapat dikatakan telah berpegang teguh pada kode etik pers jika dapat menahan emosionalnya untuk tidak ikut terlibat pada kejadian yang terjadi pada lapangan. Dalam melontarkan perkataan yang dinilai memihak suatu pihak saja tidak dibenarkan, apalagi jika terdapat seorang jurnalis sampai melakukan tindakan kekerasan.

Dalam hal seperti ini, dapat dikatakan kegiatan jurnalis yang dibawakan oleh pers tersebut bukanlah sebuah karya melainkan aksi kekerasan oleh oknum berkedok pers. Jika terjadi hal tersebut perlu ditetapkannya efek jera dengan sanksi denda bagi perusahaan yang terbilang mahal, serta efek jera dari perusahaan untuk oknum pers tersebut.

#### 2.4.7. Pemahaman Menjaga Jumlah Viewers

Ada banyak upaya bagi media online khususnya untuk dapat menjaga popularitas dengan memperhatikan jumlah *viewers* yang diperoleh. Mengingat ada



beberapa media swasta yang senantiasa membutuhkan pendapatan maka menjaga jumlah *viewers* merupakan hal yang penting diperhatikan.

Pada umumnya upaya pemberitaan suatu media agar dapat memberi kepuasan bagi publik adalah memberikan apa yang khalayak butuhkan, misalnya seperti berita terbaru dan terpercaya keakuratan datanya. Ketepatan waktu sangatlah mempengaruhi dari segi jumlah *viewers* kedepannya.

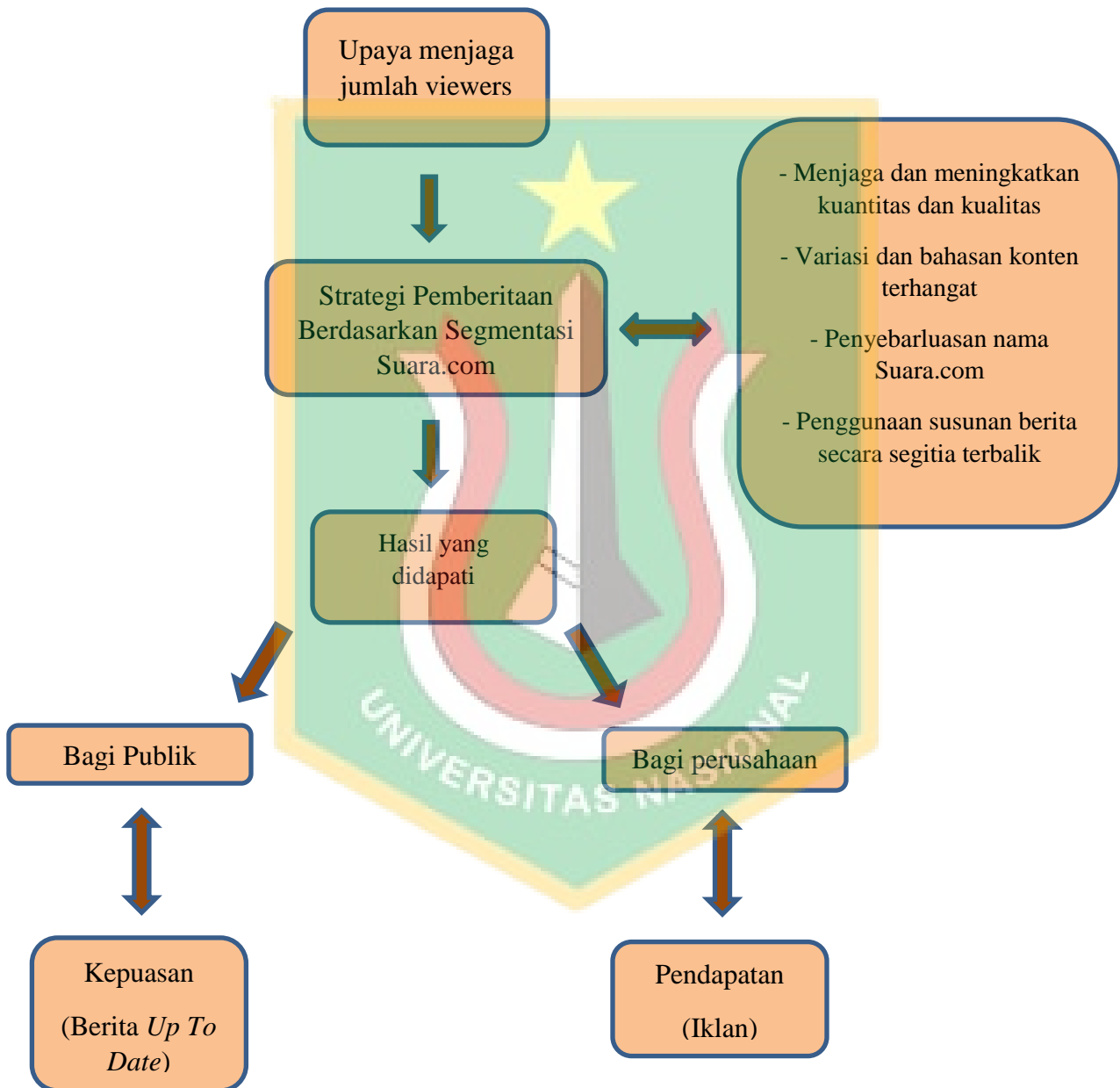
Jangan hanya seolah-olah memerlukan jumlah *viewers* yang tinggi sampai tega mengorbankan beberapa pihak tertentu. Tat kala sebuah media memberikan judul yang terlalu melebih-lebihkan sampai tega menyudutkan orang hanya demi banyak *viewers* yang meng-klik situs website tersebut, dan hal ini dinamakan dengan istilah *clickbait*.

*Viewers* akan datang dengan sendirinya jika sebuah pembahasan berita atau konten dirasa menarik dan berbobot isinya. Dengan pemilihan judul berita yang baik dan menarik, tanpa mengandung unsur hiperbola didalamnya mampu menaikkan jumlah *viewers* yang diinginkan.

Akan tetapi pada tiap platform media online saat ini sudah memiliki fitur komen. Dimana hal tersebut akan sangat memudahkan untuk mengutarakan isi hati dan pemikiran berupa kritik dan saran untuk mengevaluasi pada suatu platform jika serasa tidak memenuhi kode etik jurnalistik. Melainkan hanya untuk menarik *viewers* semata.

## 2.4. Kerangka Berpikir

Berdasarkan dari teori penelitian dan konsep penelitian, maka dapat diketahui kerangka berpikir disusun sebagai berikut:



Dijelaskan pada point mengetahui upaya dari segenap karyawan yang bekerja dalam meningkatkan jumlah *viewers*. Dengan melakukan penyusunan strategi-strategi khusus dapat memberikan hasil yang didapati usai kerja kerasnya. Hasil yang didapati dibagi menjadi dua, untuk publik dan juga perusahaan Suara.com. Hasil yang dirasakan oleh public adalah kepuasan dalam menerima berita. Sedangkan hasil yang dirasakan perusahaan adalah masuknya sponsor untuk nantinya dikelola menjadi pendapatan.

Dari kerangka berpikir tersebut memiliki permasalahan untuk mengenali secara keseluruhan yang dirangkum secara singkat. Tidak hanya menentukan jumlah kuantitas saja sebagai berita, melainkan disini memperharikan dari segi kualitas. Dengan memperhatikan pembuatan berita berdasarkan segitiga terbalik memberikan peluang bagi perusahaan, bahwa terlihat berita yang dikandung telah sesuai dengan kaidah penulisan berita yang baik dan benar.

