

## BAB II

### Tinjauan Pustaka

#### 2.1 Penelitian Terdahulu

Peneliti mengumpulkan referensi pendukung, pelengkap, dan pembanding untuk tinjauan pustaka sehingga diharapkan lebih memadai. Selain itu, penelitian terdahulu berguna untuk memberikan gambaran awal tentang penelitian yang berkaitan dengan masalah yang disusun oleh peneliti. Studi-studi ini tercantum dalam tabel di bawah ini:

**Tabel 2.1 Penelitian Terdahulu**

No	Nama/Institusi/ Tahun	Judul	Teori	Metodologi	Hasil Penelitian
1	Muhlis. (2009). Universitas Islam Negeri Sunan Kalijaga. Skripsi.	Strategi Pemberitaan Koran Tribun Timur Dalam Mempertahankan Pasar Di Sulawesi Selatan	Teori Manajemen Strategi	Kualitatif	Landasan penulisan berita Harian Tribun adalah masyarakat diposisikan sebagai pasar, berita seremonial yang monoton dianggap tidak menarik, dan leisure atau waktu luang. Tribun melihat dan memperlakukan masyarakat sebagai mitra.

					Maka dari itu, informasi yang diberitakan berkaitan langsung dengan kehidupan masyarakat.
2	Reni Nuraini Putri Habibi . (2010). Universitas Islam Negeri Syarif Hidayatullah. Skripsi.	Manajemen Redaksi Harian Republika dalam Menghadapi Persaingan Industri Media Cetak	Teori Manajemen Redaksi	Kualitatif	Planning atau perencanaan merupakan langkah awal kegiatan sebelum memproduksi barang. Merumuskan visi misi media massa tersebut dan merencanakan keputusan apa yang akan di ambil. Seperti media cetak Republika yang mencakup format media massa
3	Dita Adytya Tahun (2014). Universitas	Strategi Komunikasi Pemasaran Radio Delta FM Medan	Teori Integrated Marketing Communication	Kualitatif	Radio Delta FM Medan mempunyai strategi komunikasi pemasaran Radio Delta FM Medan

	Sumatera Utara. Skripsi.	dalam bertahan di era media online			dalam bertahan di era media online. Radio Delta FM membuat sebuah program acara on airmaupun off airsehingga brand positioningyang terbentuk positif di mata para pendengar Radio Delta FM Medan.
4	Setyo Utomo Wicaksono Tahun (2018). Universitas Islam Negeri Alauddin Makassar. Skripsi.	Strategi Manajemen Pemberitaan Harian Ujung Pandang Ekspres Dalam Menghadapi Persaingan Dengan Media Online	Teori Manajemen POAC	Kualitatif	Harian Ujungpandang Ekspres membutuhkan waktu cukup lama dalam mengembangkan visi mereka sebagai koran bisnis pertama dan terbesar di Kawasan Timur Indonesia, hal ini didukung dengan penggunaan strategi dalam setiap pemberitaan yang merupakan hal yang tidak

					bisa dipisahkan agar dapat bersaing dengan media online yang hadir sebagai new media yang menyajikan informasi di tengah-tengah masyarakat.
5	Kiki Mardianti Tahun. (2022). Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau. Skripsi.	Strategi Riau Pos Dalam Meningkatkan Minat Baca Pembaca Muda	Teori Ekologi Media	Kualitatif	Strategi yang dipakai oleh redaksi Riau Pos dalam menjalankan program redaksi yaitu strategi pembentukan rubrik, strategi dalam mengisi rubrik, strategi sosialisasi dan kerja sama dengan berbagai sekolah, dan strategi pengembangan wartawan. Secara umum program Zetizen mampu memberikan dampak positif bagi Riau Pos,

					<p>namun menurut pantauan Manager Pemasaran Riau Pos, Hidayat Algerie minat pembaca muda Riau Pos tidak begitu mengalami peningkatan secara signifikan, karena level pembaca Riau Pos terbanyak di usia kerja meliputi usia 25-45 tahun.</p>
--	--	--	--	--	--



## 2.1 Pengertian dari kajian kepustakaan

### 2.1.1 Teori New Media

#### A. Pengertian New Media

Kajian mengenai media baru dikembangkan Pierre Levy. Dalam pengertian media baru, dikatakan bahwa media baru bukanlah jenis media yang diciptakan untuk menggantikan penggunaan media tradisional dalam kehidupan manusia, yaitu media lama.

Sebaliknya, media baru muncul sebagai sebuah gagasan mendasar yang berusaha melengkapi dan memberikan bentuk inovasi untuk memudahkan publikasi informasi.

Kehadiran digital adalah media terbaru yang dirancang untuk mencakup jaringan data dan teknologi komunikasi. Media baru merupakan evolusi dari media tradisional yang telah mengalami digitalisasi, yang memberikan pengaruh terhadap penyebaran informasi yang kini lebih cepat menyebar dan dapat diakses oleh khalayak yang lebih luas, sehingga meningkatkan kemampuan informasi.

Teori yang dicetuskan oleh Pierre Levy dalam buku Anis Hamidati New Media ini mengemukakan bahwa ada dua pandangan, yaitu:

1. Perspektif interaksi sosial, yang membedakan media berdasarkan kedekatannya dengan kontak tatap muka. Perre Levy menganggap *World Wide Web* (WWW) sebagai lingkungan di mana orang menciptakan orientasi pengetahuan baru dan berpartisipasi dalam

dunia yang lebih demokratis, partisipatif, dan berbasis komunitas yang saling berbagi dan berbagi kekuasaan.

2. Pendekatan integrasi sosial menggambarkan media bukan dari segi konten, interaksi, atau difusi, melainkan dari segi ritual, atau bagaimana individu memanfaatkan media untuk menciptakan masyarakat.

Ada tiga ciri media baru. Karakteristik pertama adalah aplikasi media baru bersifat interaktif. Interaktif mengacu pada penggunaan perangkat, seperti komputer, untuk memfasilitasi percakapan antara pengguna media baru. Ini adalah ciri kedua dari media baru yaitu *Demassification*.

Dalam situasi ini, hal ini mengindikasikan bahwa partisipan dapat mengkomunikasikan pesan tertentu secara mandiri. Fitur ketiga dari media baru adalah *Asynchronosity*, yang menunjukkan bahwa dalam proses komunikasi yang terbentuk antara komunikator dan komunikan, pengirim dan penerima memiliki fleksibilitas untuk mengirim dan menerima pesan<sup>9</sup>.

Berdasarkan pendapat yang diungkapkan Livingsto Livingstone di dalam buku Flew.T New Media dapat diartikan sebagai media baru harus dapat memenuhi tiga element yaitu, perangkat yang bias memenuhi dan memperluas kemampuan kita untuk berkomunikasi, aktifitas komunikasi dan praktik yang terikat dengan kita dalam membangun dan menggunakan perangkat tersebut, dan

---

<sup>9</sup> Anis Hamidati. Komunikasi 2.0 Teoritisasi dan Implikasi. Yogyakarta: Mata Padi Pressindo. (2011). Hal 7-8.

sebagai susunan sosial dan organisasi yang membentuk disekitar perangkat tersebut.<sup>10</sup>

Roger menjelaskan kemajuan teknologi yang pesat saat ini khususnya yang berhubungan dengan internet, memunculkan banyak perkembangan pada system komunikasi manusia. Perkembangan teknologi yang pesat mampu mempengaruhi semua aspek kehidupan manusia. Perkembangan system komunikasi saat ini telah mempermudah seseorang untuk terhubung dan berkomunikasi yang tidak hanya sebatas dalam bentuk 17 audio, namun secara audio-visual sekalipun. Ada tiga ciri utama yang menandai kehadiran teknologi komunikasi baru yaitu, media baru memiliki sifat interaktif pada komunikasi dimana komunikasi yang interaktif memungkinkan penggunaanya untuk dapat berkomunikasi secara lebih akurat, efektif, dan memuaskan, tidak bersifat massal yang artinya pesan khusus dapat di pertukarkan secara individual diantara para penggunaanya, dan yang terakhir teknologi komunikasi baru atau media baru mempunyai kemampuan untuk mengirimkan dan menerima pesan pada waktu-waktu yang di kehendaki oleh para setiap penggunaanya.<sup>11</sup>

## **B. Karakteristik New Media**

Dijelaskan menurut Flew dikutip dalam Ananda, dalam media baru terdapat lima karakteristik, yaitu :

---

<sup>10</sup> Flew, T. , (2002). *New Media : an Introduction*. Melbourne : Oxford University Press

<sup>11</sup> Pressman, Roger, S, 1997, *Rekayasa Perangkat Lunak : Pendekatan Praktisi* (Edisi Satu), Penerbit : Andi, Yogyakarta.

1. Informasi yang mudah diadaptasi ke berbagai bentuk, termasuk penyimpanan, transportasi, dan penggunaan.
2. Dapat digunakan dalam jaringan, di mana informasi digital dapat dengan mudah dibagikan dan diperdagangkan oleh

pengguna media mana pun di dunia.

3. Padat, di mana kapasitas informasi digital yang dikumpulkan dari jaringan mana pun dapat dengan mudah dikompresi dan didekompresi.
4. Informasi digital dengan ukuran berapa pun yang dapat dikompresi dapat disimpan dalam ruang penyimpanan terbatas atau dengan penyedia layanan jaringan.
5. Ketika bentuk informasi digital yang disebarkan melalui jaringan sama dengan yang disediakan dan digunakan oleh pemilik atau pencipta, maka informasi tersebut dianggap tidak memihak.

### **C. Media Sosial**

Media sosial adalah sebuah *platform* media online di mana orang dapat dengan mudah bergabung dan berkontribusi dengan berbagi momen kreasi melalui blog, forum, wiki, dan jaringan media. Menurut Boyd media sosial

adalah media online yang memfasilitasi kontak sosial dan menggunakan teknologi berbasis *web* untuk mengubah komunikasi menjadi dialog interaktif.<sup>12</sup>

Rulli Nasrullah menjelaskan Media sosial adalah kumpulan perangkat lunak yang memungkinkan orang dan kelompok untuk berkumpul, berbagi, berinteraksi, dan bahkan bekerja sama atau bermain bersama. Media sosial unggul dalam konten buatan pengguna (UGC), di mana materi dibuat oleh pengguna dan bukan oleh editor di organisasi media tradisional.<sup>13</sup>

Menurut Danis Puntodi dapat dikatakan bahwa media sosial adalah media berbasis internet yang memungkinkan terjadinya interaksi sosial, komunikasi, kerja sama, dan berbagi di antara individu dan kelompok. Selain itu, partisipasi, berbagi, dan pembuatan pesan menjadi lebih mudah. Instagram, Facebook, Tiktok, Twitter, YouTube, dan lainnya adalah beberapa *platform* jejaring sosial paling populer yang tersedia saat ini. Ada beberapa jenis media sosial dengan peran dan aplikasi yang berbeda. Namun, media sosial ini tetap memiliki tujuan yang sama yaitu untuk menyampaikan informasi dan mudah diakses.

Menurut Puntodi, berikut ini adalah penjelasan mengenai penggunaan media sosial.<sup>14</sup>:

---

<sup>12</sup> Boyd, D. (2009). "Social Media is Here to Stay Now What?" Microsoft Research Tech Fest, Redmond, Washington, February 26.

<sup>13</sup> Nasrullah, R. (2017). Media Sosial: Perspektif Komunikasi, Budaya, dan Sosioteknologi. Bandung: Remaja Rosdakarya h.11

<sup>14</sup> Puntodi, Danis. 2011. Meningkatkan Penjualan Melalui Media Sosial. Jakarta: Gramedia Pustaka Utama, h.5

- a. Menciptakan merek pribadi melalui media sosial adalah metode untuk mengidentifikasi trik atau popularitas. Karena target audiens akan menentukan. Banyak *platform* media sosial yang dapat digunakan untuk kontak, debat, dan berbagi momen.<sup>15</sup>
- b. Media sosial juga memungkinkan bisnis untuk menjadi lebih dekat dengan audiens mereka. Selain itu, media sosial mencakup gaya komunikasi yang lebih personal. Melalui media sosial, dimungkinkan untuk mempelajari pola interaksi individu audiens dan mengembangkan ikatan yang lebih dalam.<sup>16</sup>

#### **D. Instagram**

Instagram adalah aplikasi yang digunakan untuk berbagi foto dan video. Karena integrasi Instagram yang berkelanjutan dengan Facebook, teman-teman Facebook kita dapat mengikuti kita di Instagram. Karena meningkatnya popularitas Instagram sebagai media untuk berbagi foto, banyak orang yang tertarik oleh perusahaan online sekarang mempromosikan produk mereka di Instagram.<sup>17</sup>

Menurut Bambang, Instagram adalah sebuah aplikasi dari Smartphone yang khusus untuk media sosial yang merupakan salah satu dari media digital yang mempunyai fungsi hampir sama dengan twitter, namun perbedaannya terletak pada pengambilan foto dalam bentuk atau tempat untuk berbagi

---

<sup>15</sup> Ibid, h.6

<sup>16</sup> Ibid, h.21

<sup>17</sup> M. Nisrina, *Bisnis Online, Manfaat Media Sosial Dalam Meraup Uang*, (Yogyakarta: Kobis, 2015) hal. 137

informasi terhadap penggunanya. Instagram juga dapat memberikan inspirasi bagi penggunanya dan juga dapat meningkatkan kreatifitas, karena Instagram mempunyai fitur yang dapat membuat foto menjadi lebih indah, lebih artistik dan menjadi lebih bagus.<sup>18</sup>

Instagram adalah situs jejaring sosial yang memungkinkan berbagi foto dan video, di samping fitur lain seperti komentar, suka, dan pesan langsung (DM). Hal ini memungkinkan pengguna untuk menjangkau dan berinteraksi dengan audiens yang lebih besar. Berikut fitur-fitur dari Instagram<sup>19</sup>:

- *Followers* (Pengikut)

Instagram membutuhkan pengguna untuk memiliki pengikut atau mengikuti pengguna lain. Oleh karena itu, menyukai dan mengomentari gambar yang diposting oleh pengguna Instagram lainnya dapat menumbuhkan hubungan antara pengguna Instagram. Jumlah suka dari pengikut sebuah foto memiliki pengaruh yang sangat besar pada apakah foto tersebut akan mengembangkan popularitas atau tidak. untuk mencari teman di Instagram.

- *Upload Foto* (Mengunggah Foto)

Instagram sebagian besar digunakan untuk bertukar foto dengan pengguna lain. Anda dapat memperoleh foto yang ingin Anda posting dengan

---

<sup>18</sup> Atmoko Dwi, Bambang. 2012. Instagram Handbook Tips Fotografi Ponsel. Jakarta: Media Kita

<sup>19</sup> Ibid, Hlm. 28.

memanfaatkan kamera iDevice atau album gambar perangkat. Keterangan Gambar Setelah diedit, gambar akan dipindahkan ke halaman berikutnya, di mana gambar tersebut akan diunggah ke Instagram atau situs jejaring sosial lainnya. Disini, tidak hanya terdapat opsi untuk memposting foto ke jejaring sosial, tetapi juga terdapat opsi untuk judul dan lokasi pemotretan.

- Arroba (@)

Instagram menawarkan fitur yang mirip dengan Twitter dan Facebook yang memungkinkan pengguna untuk berinteraksi satu sama lain dengan menambahkan simbol @ dan nama pengguna Instagram mereka. Pengguna tidak hanya dapat melihat pengguna lain melalui judul foto, tetapi juga melalui komentar. Dengan masuk ke akun Instagram pengguna lain, pengguna dapat berinteraksi dengan mereka. Yang dimaksudkan adalah komunikasi dengan individu yang disebutkan sebelumnya, yang pada dasarnya adalah bagaimana pengguna lain harus ditangani.

- Tanda suka (*like*)

Instagram memiliki fungsi yang memiliki tujuan yang sama dengan Facebook, yaitu untuk menunjukkan bahwa pengguna lain menghargai kiriman foto. Faktor unik untuk menentukan apakah sebuah gambar terkenal atau tidak adalah usia Instagram foto dan jumlah suka.

- Popular (*Explore*)

Jika gambar disertakan pada halaman populer, yang merupakan pilihan foto terpopuler yang diposting pada saat itu, maka gambar tersebut memiliki jumlah penayangan yang banyak.

## 2.2 Kerangka Konsep

### 2.2.1 Manajemen Pemberitaan (Redaksional)

Istilah "manajemen" diambil dari kata bahasa Inggris "*management*", yang berasal dari kata Latin "*manajiare*", yang berarti memimpin, mengarahkan, dan mengatur.<sup>20</sup> Menurut Stoner dalam buku T.Hani Handoko menyatakan manajemen adalah kegiatan mengatur, mengarahkan, dan mengawasi kegiatan anggota organisasi dan penggunaan sumber daya lainnya di dalam organisasi untuk mencapai tujuan yang telah ditetapkan.<sup>21</sup> Manajemen, menurut Nanang Fattah, adalah proses pengorganisasian, pengarahan, dan pengawasan seluruh aspek kegiatan organisasi untuk mencapai tujuan secara efektif dan efisien.<sup>22</sup> Berita berasal dari kata kabar. Selain opini, berita adalah penyajian utama dari sebuah media massa.<sup>23</sup> Departemen Pendidikan Republik Indonesia (1989) menetapkan definisi berita sebagai laporan tentang peristiwa atau kejadian yang hangat.<sup>24</sup> Oleh karena itu, berita dapat digambarkan sebagai laporan atau pemberitahuan tentang semua kejadian nyata yang menarik banyak orang.

---

<sup>20</sup> Totok Djuroto, Manajemen Penerbitan Pers, hlm. 95.

<sup>21</sup> Handoko, T. Hani. (2000). Manajemen Personalia dan Sumber Daya Manusia, Edisi 2. Yogyakarta: BPF.

<sup>22</sup> Nanang Fattah, Landasan Manajemen Pendidikan, hlm. 1

<sup>23</sup> Asep Samsul M. Romli, Jurnalistik praktis untuk pemula. (Bandung: Remaja Rosda Karya, 2005), hlm. 3.

<sup>24</sup> Kustadi sunhandang op.cit, hlm. 103

Menerapkan prinsip-prinsip manajemen berita adalah inti dari manajemen berita. Penerapannya sudah lengkap ketika perencanaan, peliputan, penulisan/pemotretan, dan penyuntingan (*editing*) sudah dilakukan.<sup>25</sup>

Meskipun sektor berita memiliki metode operasi yang unik, bukan berarti tidak ada kepastian. Susunan karyawan berita yang merencanakan, melaksanakan dan menciptakan "peristiwa" yang disediakan adalah bagian dari pola kerja dalam bisnis berita. Sebagai konsekuensinya, para karyawan ini disibukkan dengan proses rapat penyuntingan, yang memilih apakah peristiwa akan diterbitkan atau diperbaiki.<sup>26</sup>

Manajemen adalah proses menyatukan orang-orang dan sumber daya yang diperlukan untuk mencapai tujuan tertentu. Fungsi-fungsi manajemen adalah tindakan yang terdiri dari seluruh proses pencapaian tujuan, sedangkan organisasi adalah instrumen manajemen.<sup>27</sup>

G. R. Terry menjelaskan manajemen adalah suatu proses yang khas yang terdiri dari tindakantindakan perencanaan, pengorganisasian, pengarahan dan pengendalian yang dilakukan untuk menentukan serta mencapai sasaran-sasaran yang telah ditentukan melalui pemanfaatan sumber daya manusia dan sumber-sumber lainnya.<sup>28</sup>

---

<sup>25</sup> Sam Abede Pareno, Manajemen Berita Antra Idealisme Dan Realita.(Surabaya Papyrus. 2003), hlm. 52.

<sup>26</sup> Septiawan Santana K, Jurnalisme Kontemporer (Jakarta: Yayasan Obor Indonesia, 2005), hlm. 188.

<sup>27</sup> Kustadi Suhandang, Pengantar Jurnalistik Seputar Organisasi, Produk dan Kode Etik, hlm. 44.

<sup>28</sup> R.Terry, George dan Leslie W.Rue. Dasar-Dasar Manajemen. (Jakarta: Bumi

Harold Koontz dan Cyril O'Donnel menjelaskan manajemen adalah usaha mencapai suatu tujuan tertentu melalui kegiatan orang lain. Dengan demikian manajer mengadakan koordinasi atas sejumlah aktivitas orang lain yang meliputi perencanaan, pengorganisasian, penempatan, pengarahan dan pengendalian.<sup>29</sup>

Drs. H. Malayu S.P. Hasibun menjelaskan manajemen adalah ilmu dan seni mengatur proses pemanfaatan sumber daya manusia dan sumber-sumber lainnya secara efektif dan efisien untuk mencapai suatu tujuan tertentu.<sup>30</sup>

#### **A. Fungsi-fungsi manajemen pemberitaan (Redaksional)**

Seperti yang dinyatakan oleh George R. Terry dan dikutip oleh Kustadi Suhandang, ada empat tugas manajemen yang mendasar, yaitu perencanaan (*planning*), pengorganisasian (*organizing*), pelaksanaan (*actuating*), dan pengawasan (*controlling*).<sup>31</sup>

##### **a. Perencanaan**

Perencanaan didasarkan pada pemikiran faktual dan logis dalam kaitannya dengan tujuan dan dilakukan sebelum tindakan yang harus dilakukan untuk mencapai tujuan yang telah ditetapkan.<sup>32</sup> Hal ini mengindikasikan bahwa beberapa bagian, seperti laporan utama, kolom khusus, berita, klik, dan profil, telah dijadwalkan selama perencanaan. Biasanya, berita yang

---

Aksara, 2010)

<sup>29</sup> Koontz, Harold & Cyril O'Donnel & Heinz Wehrich. 2007. Manajemen. Jakarta: Penerbit Erlangga.

<sup>30</sup> Malayu S.P Hasibun, Manajemen, (Jakarta: PT Bumi Aksara, 2014), Cet. Ke-10 h.1

<sup>31</sup> Kustadi Suhandang, Pengantar Jurnalistik, hlm. 44.

<sup>32</sup> Ibid, hlm. 45.

memerlukan tindak lanjut dibahas dalam rapat proyeksi atau perencanaan, dan tahap perencanaan dari proses manajemen berita mendefinisikan kriteria isi berita untuk edisi berikutnya.<sup>33</sup> Rapat proyeksi atau perencanaan yang dibahas adalah:

- 1) Periksa kualitas konten dan berita yang dipublikasikan. Misalnya, jika surat kabar atau majalah ini tidak menerbitkan berita yang sangat penting, namun surat kabar atau majalah lain menerbitkannya, jelaskan alasannya.
- 2) Tentukan subjek yang akan disertakan dalam episode mendatang dan cari berita yang membutuhkan investigasi lebih lanjut.
- 3) Agenda penugasan reporter untuk menetapkan tugas masing-masing bidang pun dibahas.

#### b. Perorganisasian

Pengorganisasian adalah proses membangun struktur, menetapkan peran dan tugas kepada orang-orang (SDM) yang bertanggung jawab untuk mencapai tujuan, serta mendistribusikan tugas dan posisi sesuai dengan bentuk organisasi.<sup>34</sup> Selama tahap pengorganisasian dalam proses manajemen berita, struktur organisasi dibentuk, tugas-tugas kerja

---

<sup>33</sup> Bahan Ajar Mata Kuliah Manajemen Pers, karya Achmad Munif. 7 Oktober 2008

<sup>34</sup> Kustadi Suhandang, Pengantar Jurnalistik Seputar Organisasi, Produk dan Kode Etik hlm. 45.

dipisahkan, dan orang-orang dialokasikan ke dalam peran-peran korporat.<sup>35</sup>

Individu-individu yang melakukan tindakan mengusulkan agar tujuan-tujuan tersebut dikelompokkan dalam sebuah organisasi, yang dapat dilihat sebagai tempat atau wadah. Dalam hal ini, "aktivitas" mengacu pada upaya dan kolaborasi terkonsentrasi yang berujung pada pencapaian tujuan tertentu.<sup>36</sup> Hal ini harus difokuskan pada pencapaian tujuan yang telah ditentukan untuk mencapai tujuan organisasi. Tentunya, infrastruktur dan sumber daya diperlukan untuk memindahkan operasi untuk sementara waktu. Sebagai konsekuensinya, perusahaan beroperasi sebagai mekanisme yang berorientasi pada tujuan. Akibatnya, kegiatan (*actyvity*) dan sarana (*facylitas*) adalah dua faktor penting yang mendefinisikan organisasi.<sup>37</sup>

Fasilitas dan sumber daya yang mendukung kegiatan organisasi disebut sebagai komponen manajemen. Komponen-komponen ini disebut sebagai *six M`s Management* dalam Manajemen oleh para ahli manajemen.:<sup>38</sup>

- 1) Manusia, khususnya sumber daya manusia.

---

<sup>35</sup> M. Manulang Effendy, Dasar-dasar Manajemen (Jakarta: Ghalia Indonesia, 1996), hlm. 39.

<sup>36</sup> Kustadi Suhandang, Pengantar Jurnalistik, hlm. 45-46.

<sup>37</sup> Ibid, hlm. 43.

<sup>38</sup> Ibid, hlm. 45.

- 2) Uang, khususnya untuk menutupi pengeluaran yang terkait dengan pencapaian tujuan.
- 3) Material (*Material*), khususnya berupa barang-barang yang diperlukan untuk menyelesaikan pekerjaan dalam rangka mencapai tujuan
- 4) Mesin (*Machine*) berupa peralatan yang diperlukan untuk melaksanakan pekerjaan yang telah direncanakan.
- 5) Metode (*Methods*) berupa metode atau sistem kerja untuk mencapai tujuan tersebut.
- 6) Pasar (*Market*) dalam rangka mendekatkan *output* produksi (hasil kerja) kepada para pelanggannya.

Dalam hal organisasi bidang pemberitaan, hingga kini belum ada struktur organisasi pers yang baru. Setiap organisasi menyusun sistem kerjanya sesuai dengan kondisi dan tujuannya masing-masing.<sup>39</sup>

#### c. Penggerakan

Penggerakan adalah proses mengkoordinasikan personil dan infrastruktur pendukung untuk memastikan aktivitas perusahaan berjalan sesuai rencana.<sup>40</sup> Pada tahap penggerakan manajemen berita, tugas-tugas dilakukan dengan maksud untuk mencapai tujuan yang telah ditetapkan,

---

<sup>39</sup> Totok Djuroto, *Manajemen Penerbitan Pers*, hlm. 15.

<sup>40</sup> Kustadi Suhandang, *Pengantar Jurnalistik*, hlm. 45.

yaitu produksi komoditas jurnalistik. Hal ini melibatkan penulisan dan pelaporan berita.

#### 1) Peliputan berita

Tahap peliputan dalam manajemen berita melibatkan perburuan berita atau pengumpulan konten berita. Setelah menyelesaikan proses perencanaan pada rapat proyeksi, kegiatan peliputan berita dilaksanakan.<sup>41</sup>

##### a) Teknik peliputan berita

Dalam meliput berita terdapat tiga teknik, yaitu reportase, wawancara, dan riset kepustakaan (*study literatur*).

(1) Peliputan adalah praktik jurnalistik yang membutuhkan kerja lapangan secara langsung. Wartawan langsung menuju ke lokasi kejadian untuk mendapatkan informasi dan data yang relevan.<sup>42</sup>

(2) Dengan mengajukan pertanyaan kepada narasumber, wawancara mengumpulkan informasi, komentar, opini, fakta, atau statistik tentang suatu topik atau kejadian.

(3) Penelitian literatur (studi pustaka) adalah metode pengumpulan informasi dengan memeriksa klipings koran,

---

<sup>41</sup> Bahan Ajar Mata Kuliah Manajemen Pers, karya Achmad Munif. 7 Oktober 2008.

<sup>42</sup> Asep Samsul M. Romli, *Jurnalistik Praktis*, hlm. 7.

membaca buku, atau menggunakan alat mesin pencari di internet.<sup>43</sup>

Banyak media cetak akhir-akhir ini menugaskan jurnalis foto atau fotografer sebagai tambahan dari jurnalis atau reporter untuk meliput berita sebagai pengakuan atas pentingnya kesalahan. Fotografer diizinkan untuk mengambil foto, memberikan gambar yang mendalam yang berkaitan dengan subjek, dan melengkapi naskah berita.<sup>44</sup>

b) Sumber berita

Seseorang yang memberikan informasi untuk melengkapi dan mendistribusikan proses produksi berita kepada pembaca disebut sebagai sumber berita. Semua aspek kehidupan-politik, ekonomi, budaya, kriminalitas, hukum, dan kehidupan manusia-berpotensi untuk menjadi bahan berita.<sup>45</sup>

(1) Para reporter.

(2) Para koresponden.

(3) Kantor berita.

---

<sup>43</sup> Ibid., hlm. 10.

<sup>44</sup> Septiawan Santana K, *Jurnalisme Kontemporer*, hlm. 198.

<sup>45</sup> Paper, *Bahan Ajar Manajemen Pers*, karya Achmad Munif. 24 Oktober 2008.

(4) Radio/ televisi.

(5) Pembantu suka rela.

(6) Konferensi pers

Ada beberapa hal yang perlu diingat ketika

menghasilkan laporan berkualitas tinggi tentang sumber berita:

(1) *Outlet* berita harus dapat dipercaya.

(2) Kualitas berita dan laporan dioengaruhi oleh kuantitas informasi yang di kumpulkan dan jumlah sumber berita yang adapat dipercaya.

(3) Untuk berita atau laporan berkualitas tinggi, bukti kebenaran mutlak diperlukan karena harus dicek dan ricek.

## 2) Penulisan berita

Untuk menulis berita dengan benar, seorang jurnalis harus memiliki pengetahuan tentang berbagai jenis berita. Berita langsung dan feature adalah jenis berita yang paling umum. Sebagian besar berita di media cetak adalah berita langsung, atau berita yang tidak hanya kredibel dan lengkap, tetapi juga menggabungkan komponen 5W+IH (*what, who, when, where, why, dan how*). Terminologi informal.<sup>46</sup>

### a) *Straight news*

---

<sup>46</sup> Sam abede pareno, Manajemen berita antara idealisme dan realita, hlm. 35.

(1) Ini adalah laporan langsung yang hanya mencakup rincian insiden dan penuh dengan informasi. Laporan ini singkat, langsung, dan lugas. Laporan ini memenuhi kriteria 5W+IH (*What, Where, When, Who, Why dan How*).<sup>47</sup>

b) Berita tak langsung (*feature*)

Jenis penulisan *feature* lebih komprehensif dan luas daripada penulisan berita atau laporan. Kreativitas penulis menentukan penyelesaian *feature*. Dalam hal ini, sudut pandang penulis dapat dikembangkan dan digabungkan dengan fakta-fakta yang ada untuk membuat tulisan menjadi lebih menarik.<sup>48</sup>

Jenis-jenis *feature* dapat dikelompokkan menjadi<sup>49</sup>:

(1) *Feature* human interest pendek biasanya memiliki klimaks diakhir cerita dan biasanya ditulis dalam bentuk anekdot.

(2) Berita utama disertai atau diperkuat dengan artikel-artikel di bilah samping.

(3) Profil kepribadian, yang juga dikelan sebagai sketsa kepribadian, biasanya berfokus pada satu aspek kepribadian seseorang. Salah

---

<sup>47</sup> Patmono op.cit, hlm. 26.

<sup>48</sup> Patmono, Teknik Jurnalistik Tuntutan Praktis untuk Menjadi Wartawan (Jakarta: BPK Gunung Mulia 1996), hlm. 32.

<sup>49</sup> Luwi Ishwara, Catatan Catatan Jurnalisme Dasar (Jakarta: Kompas media nusantara 2005), hlm. 61–65.

satunya contohnya adalah seseorang yang suka mengoleksi kapal layar model lama

(4) Profil proyek atau organisasi mirip dengan sketsa kepribadian, kecuali bahwa profil ini menggambarkan sebuah kelompok atau

organisasi, bukan individu.

(5) Berita yang disusun dalam bentuk feature disebut news feature.

(6) Artikel berita komprehensif yang menggambarkan perkembangan dan arah suatu topik berita.

(7) Artikel tentang pengalaman pribadi yang ditulis oleh seorang wartawan untuk orang lain yang mengalami hal serupa. Misalnya, berpergian sendirian melintasi benua dengan balon udara.

(8) Feature layanan yang menceritakan kebutuhan sehari-hari dipenuhi.

(9) Wawancara, jenis feature yang menggambarkan percakapan antara jurnalis dengan orang lain, biasanya orang terkenal atau selebriti.

(10) Istilah “Untaian Mutiara” mengacu pada kualitas “kolektif” seperti dalam serangkaian cerita tentang subjek yang sama.

(11) Narasi, yang berfokus pada materi factual tetapi mirip dengan narasi pendek.

#### d. Pengawasan

Tujuan dari pengawasan, yang juga dikenal sebagai pengendalian, adalah untuk menghindari penyimpangan dan konflik antara rencana dan hasil pelaksanaannya, serta untuk memutuskan apakah pelaksanaan (pencapaian target) sesuai dengan rencana awal. Sebagai akibatnya, langkah-langkah pencegahan atau perbaikan dapat diambil untuk menjamin bahwa hasil yang diantisipasi dapat tercapai.<sup>50</sup>

Pada tingkat manajemen berita, mengevaluasi dan menyunting berita merupakan sebuah kontrol. Prosedur penyuntingan ini termasuk dalam pelaksanaan peran kontrol atau pengawasan.<sup>51</sup> Biasanya, rapat anggaran berlangsung selama proses kontrol ini. Dalam pembahasan anggaran, pertanggungjawaban atas pekerjaan yang diberikan kepada semua reporter dan yang lainnya dipertimbangkan. Ini harus menjelaskan mengapa pekerjaan itu belum selesai, jika ada. Setelah semuanya selesai, berita akan dikirim ke editor. Selain itu, adalah kewajiban editor untuk mengedit berita secara menyeluruh.<sup>52</sup>

Penyuntingan naskah adalah proses yang digunakan untuk menyempurnakan atau memperbaiki tulisan secara editorial dan substantif. Pihak yang melakukan penyuntingan menggunakan nama editor atau penyunting. Tujuan penyuntingan adalah untuk membuat kalimat dan klausa

---

<sup>50</sup> Kustadi suhandang, op.cit, hlm. 45.

<sup>51</sup> Sam Abede Pareno, hlm. 55.

<sup>52</sup> Paper, Bahan Ajar Manajemen Pers, karya Achmad Munif, 7 Oktober 2008.

menjadi lebih jelas, lebih logis, dan tidak terlalu tidak jelas. Selain ejaan dan tata bahasa yang baik, kata dan frasa harus memiliki makna yang lugas dan jelas. Untuk menjamin keakuratan dan kebenaran, editor harus memperhatikan fakta dan angka. Selain itu, penulis harus memperhatikan sistematika penulisan dan mempertimbangkan apakah substansi tulisannya dapat dimengerti atau membingungkan pembaca. Secara umum, tampilan atau gaya siaran pers bergantung pada bakat dan orisinalitas editor. Pada dasarnya, tugas penyuntingan terdiri dari hal-hal berikut:

- (1) Memperbaiki fakta-fakta yang salah.
- (2) Memperbaiki kesalahan tata bahasa, tanda baca, ejaan, angka, dan alamat.
- (3) Menyesuaikan naskah dengan gaya surat kabar tertentu.
- (4) Mempersingkat tulisan sesuai dengan ruang yang tersedia, mengecilkan tulisan, membuat satu kata berfungsi sebagai tiga atau empat kata, membuat satu kalimat menyatakan fakta dalam satu paragraf.
- (5) Hindari tulisan yang tidak pantas, bermakna ganda, dan menghina.
- (6) Jika perlu, tambahkan elemen tipografi seperti subjudul pada tulisan.
- (7) Buatlah berita yang menarik dengan menulis judul untuk berita tersebut.
- (8) Membuat keterangan foto dan pekerjaan terkait lainnya untuk teks yang diedit.

9) Sebagai langkah antisipasi lebih lanjut terhadap kesalahan, bacalah koran dengan seksama setelah dicetak dan lakukan penyesuaian yang diperlukan jika waktu memungkinkan.<sup>53</sup>



---

<sup>53</sup> Asep Syamsul M. Romli, *Jurnalistik Praktis* (Bandung: Remaja Rosdakarya, 2005), hlm. 68-69.

## 2.3 Kerangka Pemikiran

**Gambar 2.4 Kerangka Pemikiran**



Strategi Manajemen Berita Tvri  
dalam Penyebaran Informasi Konten  
Positif Melalui Media Sosial  
Instagram @TVRINEWSCOM