

BAB II

TINJAUAN PUSTAKA

2.1 Penelitian Terdahulu

Penelitian ini saya buat untuk melengkapi yang diperlukan dalam pembuatan penelitian terdahulu dalam bentuk temuan data yang efektif yang bisa dijadikan referensi sebelumnya. Hal ini diharapkan agar peneliti ini dapat dilakukan secara maksimal. Berikut penelitian terdahulu yang dapat digunakan sebagai referensi

Penelitian oleh Satria Sakti, mahasiswa UIN Alaudin Makassar yang berjudul “Strategi Portal Berita Tribun-Timur. Com Dalam Menyajikan Informasi Kepada Khalayak” di simpulkan bahwa pemberitaan pada portal berita online tribun-timur .com cukup kredibel. Pengelolaan dan penyajian berita portal memiliki gaya tersendiri dengan menentukan akurasi, kecepatan pemberitaan, dan responsive oleh tribun-timur.com relative terpenuhi penelitian yang penulis lakukan hanya berfokus pada strategi redaksi dalam penyajian berita portal Tagar.id⁵

Penelitian oleh Wiji Agustin Sasmita, mahasiswi UIN Sunan Ampel Surabaya yang berjudul “Strategi Redaksi Tirto.id” Dalam Penyajian Berita di Media Online”, dinyatakan bahwa Strategi tersebut muncul karena disrupsi informasi, berikut strategi atau perlawanan diantaranya, kecepatan bukan yang utama dalam hal jurnalisme online, prinsip jurnalistik (pentingnya penerapan cover borh side), kedalaman berita lebih penting dari pada

⁵ Satria Sakti, (2014) Strategi Portal Berita Tribun-Timur.com Dalam Menyajikan Informasi Kepada Khalayak, Skripsi, Jurnalistik Universitas Islam Negeri Alauddin Makassar,

banyaknya jumlah perhari, dan iklan bukan target utama.perbedaan dengan peneliti hanya berfokus pada strategi redaksi dalam penyajian berita portal Tagar.id⁶

Penelitian oleh Saifullah, mahasiswi UIN Alauddin Makassar yang berjudul “Efektivitas Media Online Harian Fajar sebagai sumber informasi bagi Mahasiswa FDK UIN Alauddin “di simpulkan strategi yang selama ini dilakukan Fajar Online.com adalah yaitu dengan hariannya yakni dengan cara 1.menentukan pemilihan isu pemberitaan 2.penempatan isu pemberitaan maksudnya selalu melihat dari sisi peristiwa-peristiwa yang mengundang perhatian orang banyak, isu-isu yang sedang hangat atau dicari oleh public, penting dan menarik juga melalui hasil survey berita-berita yang sedang diminati masyarakat perbedaan penelitian yang penulis lakukan hanya berfokus pada strategi redaksi dalam penyajian berita portal Tagar.id.⁷

Penelitian oleh Muntia Hartati mahasiswi Universitas Lampung yang berjudul “Strategi Manajemen Redaksi Majalah Grazia Indonesia Dalam Menghadapi Pesaingan Industri Majalah Lisensi Asing” Hasil penelitian ini menjelaskan bahwa manajemen redaksi majalah Grazia Indonesia mengikuti strategi yang berbeda dalam pelaksanaan tugas manajemen masing-masing. Sinergi dari masing-masing setiap strategi tersebut menciptakan keselarasan yang baik untuk mendukung jurnal berlisensi asing sedangkan

⁶ Sasmita, Wija Agustin, (2019), Strategi Redaksi Tirto.id Dalam penyajian Berita di Media Online, Skripsi Jurusan Ilmu Komunikasi Universitas Islam Negeri Sunan Ampel Surabaya.

⁷ Saifullah, (2012) Efektivitas Media Harian Fajar Sebagai Sumber Informasi Bagi Mahasiswa FDK Universitas Islam Negeri Alauddin, Skripsi Jurnalistik Universitas Islam Negeri Alauddin Makasaar

penelitian yang penulis hanya berfokus pada strategi redaksi dalam penyajian berita portal Tagar.id.⁸

Skripsi oleh Muhammad Rizky Fadhilla mahasiswa UIN Sultan Syarif Kasim Riau yang berjudul “Strategi Media Online Bertuahpos.com Dalam Penyajian Artikel Pada Rubrik Islampedia” hasil dari penelitian ini pengguna tutur kata dengan fasih dan enggak provokatif juga gunakan kalimat persuasif dalam beberapa artikel menarik. Penelitian yang dilakukan oleh penulis hanya terfokus pada strategi redaksi dalam penyajian berita portal Tagar.id.⁹

Tabel 2.1

Penelitian Terdahulu Yang Relevan

Nama	Judul Penelitian	Jenis Penelitian	Fokus Penelitian	Hasil Penelitian
Satria Sakti	Strategi Portal Berita Tribun-Timur.Com Dalam Menyajikan Informasi Kepada	Penelitian deskriptif – kualitatif	Proses interaksi pada komunikasi massa yang sifatnya satu arah antar media massa (portal berita Tribun-	Pemberitaan pada portal berita online Tribun-Timur.com cukup kredibel. Pengelolaan website berita yang profesional, teknis peliputan dan penyajian berita portal memiliki gaya

⁸ Mutiara Hartati, (2017), Strategi Manajemen Redaksi Majalah Grazia Indonesia Dalam Menghadapi Persaingan Industri Majalah Lisensi Asing, Skripsi Ilmu Komunikasi Universitas Lampung Bandar Lampung

⁹ Rizky, Muhammad Fadhilla (2021) “Strategi Media Online Bertuahpos.com Dalam Penyajian Artikel Pada Rubrik Islampedia”, Jurusan Ilmu Komunikasi Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau.

	Khalayak		Timur.com) kepada khlayak yang meliputi teknik peliputan dan penyajian informasi pada Portal Tribun.com	tersendiri dengan menentukan akurasi, kecepatan pemberitaan dan responsive oleh Tribun- Timur.com relative terpenuhi
Wiji Agustin Sasmita	Strategi Redaksi Tirto.Id Dalam Penyajian Berita Di Media Online	Penelitian deskriptif – kualitatif	Bagaimana Strategi redaksi media Tirto.id dalam menyajikan berita di media online	Strategi muncul karena adanya disrupti informasi, berikut strategi atau perlawanan diantaranya, kecepatan bukan yang utama dalam hal jurnalisme online prinsip jurnalistik (penting penerapan cover both side) kedalaman berita lebih penting dari pada banyak jumlah perhari dan iklan bukan target utama.

				Strategi tersebut tercemin dari visi Sapto Anggoro sebagai pemimpin
Saifullah	Efektivitas media online harian Fajar sebagai sumber informasi bagi mahasiswa FDK UIN Alauddin	Penelitian deskriptif kuantitatif	Minat mahasiswa menggunakan fasilitas internet dan sejauh mana efektivitas media online harian fajar sebagai sumber informasi bagi mahasiswa FDK	Penelitian ini menemukan efektifnya media online Harian Fajar sebagai sumber informasi bagi mahasiswa FDK UIN Alauddin. Dengan nilai tertinggi 163 dan nilai terendah 94 dengan nilai rata 133.3103 dan nilai ideal yang mungkin
Muntia Hartati	Strategi Manajemen Redaksi Majalah Grazia Indonesia Dalam Menghadapi Persaingan	Penelitian deskriptif kuantitatif	Bagaimana cara mengetahui strategi redaksi Majalah Grazia Indonesia dalam persaingan industri majalah lisensi	Hasil penelitian ini menjelaskan bahwa manajemen redaksi majalah Grazia Indonesia memiliki strategi yang berbeda dalam mewujudkan masing fungsi manajemannya.

	Industri Majalah Lisensi Asing		asing	
Muhamad Rizky Fadhilla	Strategi Media Online Bertuahpos.com Dalam Penyajian Artikel Pada Rubrik Islampedia	Penelitian deskriptif kuantitatif	Bagaimana Strategi Media Online Bertuahpos.com dalam penyajian artikel pada rubrik Islampedia?	Hasil dari penelitian Pengguna bahasa yang halus dan tidak profokatif, juga menggunakan kalimat yang bersifat persuasif pada beberapa artikel yang sifatnya mengajak

2.2 Kerangka Teori

2.2.1 Pengertian Teori Hirarki

Pamela J. Shoemaker dan Stephen D. Reese, mempresetasikan teori hierarki pengaruh konten media, yang mendefinisikan pengaruh internal dan eksternal media terhadap konten berita.¹⁰ Teori ini mengisi kekosongan yang ditinggalkan oleh penelitian komunikasi massa sebelumnya yang terlalu fokus pada isu dan efek audiens. Dalam teorinya Shoemaker – Reese menjelaskan pengaruh terhadap isi pemberitaan media oleh faktor internal dan eksternal terhadap isi media. Efek ini terbagi menjadi beberapa tingkatan yaitu:

¹⁰ Amalliah, Kontruksi Makna Demokrasi dalam Kebebasan Beragama di Indonesia “Analisis Wacana Krisis Pemberitaan Peristiwa Tolikara dan Singkil Pada Harian Kompas dan Republika” Jurnal Komunikasi, USNI, Vol 7, No.1, Tahun 2017, Hal 6, Universitas Bina Sarana

1. Individu pekerja media (*individual* Tingkat)
2. Rutinitas media (*media routines* Tingkat)
3. Organisasi media (*organizational* Tingkat)
4. Luar media (*extramedia* Tingkat)
5. Ideologi media (*ideology* Tingkat)

Teori ini menunjukkan bahwa konten media yang tersedia untuk public tidak berasal dari ruang hampa yang netral, bebas kepentingan, dan tersalurkan Pengaruh internal pada konten media mengacu pada pencari berita dari pemilik media, jurnalis individual, serta rutinitas organisasi media.

1. *Individual* Tingkat

Pembahasan mengenai individu, tidak lepas dari potensial pengaruh personal konten media, yang dipengaruhi oleh faktor internal. Wartawan yang berpendidikan mempengaruhi isi tulisan mereka. Karakteristik individu media (misalnya latar belakang dan pengalaman wartawan) tidak secara langsung mempengaruhi isi media tetapi karakteristik individu tersebut mempengaruhi baik sikap dan perilaku pribadi dan profesional orang yang bersangkutan. Hal ini kemudian mempengaruhi isi media. Artinya pengaruh latar belakang individu terhadap konten dimediasi oleh perilaku pribadi serta professional individu yang bersangkutan serta oleh pengalaman komunikator yang menyempurnakan sekolah jurnalisme atau film.¹¹

¹¹ Shoemaker and Reese, 2014 *Mediating the Message*, Hlm. 65

Pengalaman kerja sekalipun seseorang bekerja di keahliannya di komunikasi mempengaruhi kinerja mereka. tidak perlu sekolah jurnalistik semua orang bisa mempelajari bahkan pelatihan jurnalistik. Latar belakang pendidikan, pengalaman yang minim bagaimanapun tidak serta merta menjadi seseorang berkualitas.

2. *Media Routines* Tingkat

Media routines (rutinitas media) adalah kebiasaan media dalam mengemas berita. Rutinitas media terdapat tiga unsur yang saling berkaitan, yaitu sumber berita (*suppliers*, organisasi media (*processor*), dan khalayak (*consumers*). Unsur kedua dalam rutinitas media adalah sumber informasi. Sumber berita biasanya berupa lembaga pemerintah, swasta, lembaga swadaya masyarakat, partai politik dan sebagainya. Lembaga-lembaga ini dapat mempengaruhi pelaporan mereka sering mengeluarkan perintah untuk mencegah pemberitaan. bertentangan dengan lembaganya. Walaupun sumber berita tidak terlalu berdampak signifikan pada konten media, tetapi ketergantungan media terhadap berita sedikit banyak mempengaruhi pemberitaan. Biasanya terjadi simbiosis mutualisme antara sumber berita dengan media. Media dapat dengan mudah bahan berita dari sumber berita sedangkan sumber berita dapat memperoleh citra yang baik terhadap institusinya. Rutinitas media memiliki pengaruh signifikan terhadap produksi konten media.

3. *Organizational* Tingkat

Organisasi dibedakan dengan, bagaimana mereka memecahkan masalah produksi. Di sebutkan disini: apa struktur organisasi, bagaimana membuat pengaruhnya, bagaimana

pembedaan mendasarnya di media dan apa yang membuatnya berbeda dalam segi isi pada suatu media. Menurut Hirsch (1977), perspektif ini dibedakan dalam peran organisasi, struktur internal, tujuan, teknologi, dan penjualan. Menurut Hirsch (1977), perspektif tersebut mengutamakan perbedaan dalam peranan organisasi, struktur internal, tujuan, teknologi, dan penjualan.¹² Perbedaan ini dibuat pemegang kekuasaan, dalam hal mencapai tujuan dan kepentingan politik. Analisis organisasi disebutkan, disisi lain berpendapat bahwa itu tidak dapat digunakan sebagai tolak ukur. Termasuk faktor yang mempengaruhi konten media ada yang menggunakan organisasi untuk merancang sebagai langkah dalam membentuk konsep produksi di dalam pemberitaan media. Pihak lain membandingkan isu aktual yang berbeda di antara media, seperti antara keluarga dan pemilik surat kabar.

Tidak secara public tentunya, tetapi karena susunan isi beritanya berbeda dengan organisasi media lain, maka public akan “membacanya” hal tersebut. Dapat juga dikatakan bahwa pekerjaan mereka didasarkan pada prinsip-prinsip organisasi sangat mempengaruhi bagaimana seorang jurnalis dalam bekerja. Pengaruh itu dapat dilihat dari seberapa cepat reporter dalam mencari berita. Jika mereka pun bisa didasarkan pada prinsip-prinsip organisasi. Saat mereka bekerja di perusahaan tempat mereka berkerja, dengan menggunakan konsep pemberitaan yang mempengaruhi isi media.

¹² Ibid. , hlm 139

4. *Extramedia* Tingkat

Pengaruh selain media itu sendiri ada, pengaruh/kekuatan dari luar media. Dalam pembahasan tentang ekstra media atau dapat dikatakan kekuatan sebagai media ekstra yang memperhatikan faktor eksternal di dalam perusahaan media. mencakup sumber informasi yang membentuk isi media, seperti keberadaan kelompok penting, hubungan masyarakat, dan sumber pendapatan berita perusahaan sendiri seperti pengiklan dan pemirsa sosial, bisnis dan pemerintah. Perekonomian dan teknologi Sumber berita memiliki efek sangat besar pada konten media karena jurnalis tidak bisa menyertakan pada beritanya apa yang mereka tidak tahu.

5. *Ideological* Tingkat

Tingkat terakhir dari teori hirarki pengaruh Shoemaker-Reese ini adalah ideologi. Ideologi dianggap sebagai keadaan berpikir tertentu yang digunakan orang untuk melihat realitas menghadapi kenyataan. Berbeda dengan Tingkat sebelumnya yang tampak konkret, Tingkat ideologi ini abstrak. Tingkat ini merujuk pada persepsi atau posisi dalam interpretasi media terhadap realitas. Pada Tingkat ini mempertimbangkan manfaat pada tingkat lainnya, terutama tingkat yang berhubungan erat dengan kekuasaan media yaitu tingkat organisasi media dan rutinitas media.

Tingkatan ini juga mengkaji hubungan antara pembentukan isi media dengan nilai kepentingan dan relasi kekuatan, jadi ideologi adalah suatu seperangkat ide atau gagasan yang mendasari cita-cita dan nilai-nilai inti keyakinan. Di media ideologi merupakan ide

yang ingin dibangun di dalam perusahaan itu sendiri. Ideologi bersifat kuat karena mendefinisikan visi dan misi dari media atau tujuan yang ingin dicapai. Dari segi ideologi maka suatu perusahaan (media) memiliki justifikasi yang tentunya akan mempengaruhi isi dari media itu sendiri.

2.2.1 Pengertian Teori Ekologi Media

Teori ekologi media adalah studi tentang bagaimana media dan proses komunikasi mempengaruhi persepsi manusia, perasaan, emosi, dan nilai teknologi yang mempengaruhi komunikasi melalui teknologi baru¹³. Media Teori Ekologi berpusat pada prinsip-prinsip bahwa masyarakat tidak bisa lepas dari pengaruh teknologi dan teknologi yang akan tetap menjadi pusat untuk hampir semua lapisan masyarakat. Konsep dasar teori ini pertama kali dikemukakan oleh Marshall McLuhan 1964.

Dalam perspektif teori ini, bukan pesan yang mempengaruhi kesadaran kita tetapi medium. Mediumlah yang lebih besar mempengaruhi bawah sadar kita. Medium membentuk pesan, bukan sebaliknya. Artinya media elektronik telah mengubah masyarakat secara radikal. Masyarakat sangat bergantung pada teknologi yang menggunakan media dan bahwa ketertiban sosial suatu masyarakat didasarkan pada kemampuannya untuk menghadapi teknologi tersebut. Media membentuk dan mengorganisasikan sebuah budaya. Ini yang disebut teori ekologi media. McLuhan juga menyatakan bahwa kita memiliki hubungan yang sifatnya simbiosis dengan teknologi yang menggunakan media. Manusia

¹³ Siti Meisyaroh, Instant Messaging dalam Perspektif Ekologi Media dan Komunikasi, Jurnal Ilmu Komunikasi Tahun 2014, Universitas Kwik Kian Gie

menciptakan teknologi, dan sebaliknya teknologi tadi membentuk manusia. Inilah yang menjadi konsep dasar teori ekologi media.¹⁴.

2.2.2 Pengertian Teori New Media

New media (media baru) merupakan sebuah terminologi untuk menjelaskan konvergensi antara teknologi komunikasi digital yang terhubung ke dalam jaringan, media baru merupakan segala sesuatu yang dapat menyalurkan informasi (perantara) dari sumber informasi kepada penerima informasi.¹⁵ Teori New media (media baru) yaitu teori yang dikembangkan oleh Pierre Levy, mengemukakan bahwa new media merupakan teori yang membahas mengenai perkembangan media dari konvensional ke Era Digital. New media baru yaitu teknologi komunikasi yang melibatkan komputer di dalamnya (mainframe, PC, notebook) yang memfasilitasi penggunaannya untuk bisa berinteraksi antar sesama pengguna atau dengan informasi yang diinginkan. Contoh dari new media yaitu, internet, website, komputer multimedia, blog, sosial media dan aplikasi-aplikasi lainnya yang diakses melalui internet.

2.2.3 Karakteristik New Media

Media baru memiliki 5 karakteristik utama di antaranya adalah:

1. Digitalisasi

¹⁴ <https://www.google.com/amp/s/www.kompasiana.com/amp/frammas/5e4f5784d541df3b9f2129e2/teori-ekologi-media>

¹⁵ Agus Efendi, Puwani Indri Astuti, dan Nuryani Tri Rahayu, “Analisis Pengaruh Penggunaan Media Baru Terhadap Pola Interaksi Sosial Anak Di Kabupaten Sukoharjo” , Jurnal Penelitian Humaniora, Vol.18, No 2, Agustus 2017 :12-24

Digitalisasi juga dikenal sebagai digitalisme, adalah fitur media baru di mana hampir semua komunikasi dan media mendukung bentuk digital. Digitalisasi mengacu pada kondisi kehidupan modern dan postmodern dalam budaya digital.¹⁶

2. Konvergensi

Konvergensi adalah karakteristik berikutnya dari kehadiran media baru. Konvergensi adalah penggabungan komunikasi massa cetak, televisi, radio dan internet bersama dengan teknologi portabel dan interaktif di berbagai platform media digital. Tujuan dari konvergensi media adalah untuk memberikan pengalaman yang dinamis. Masyarakat kaya teknologi telah memasuki era digital, dan industri media bergulat dengan peluang dan risiko baru disebut “konvergensi”.

3. Interaktivitas

Interaktivitas adalah proses komunikasi yang terjadi antara manusia dengan platform media. Dengan karakteristik ini, new media dapat menggabungkan pesan yang terkait satu sama lain.

4. Virtuality

¹⁶ Nikmah Suryandari, “Dampak Media Baru dan Komunikasi Antarbudaya Dalam Konteks Global”, Jurnal Sosioteknologi, .20 No 3, Desember 2021 :364

New media juga menghadirkan virtuality adanya kehadiran dalam platform online yang memudahkan anda untuk berhadapan langsung pada objek yang anda hubungi secara virtual.

5. Hypertextuality

Hypertextuality adalah inti dari dokumen Internet yang dibuat menggunakan hypertext markup language (HTML) sederhana. Merupakan karakteristik dari new media bahwa hyperlink internal dan eksternal harus digunakan dalam berita. Sejauh mana (bagian dari) pesan tersambung satu dengan yang lain.

Media baru berbeda dengan media lama karena konten berita tidak dapat dikaitkan dengan platform media tertentu. Oleh karena itu, media baru memiliki sifat hypertext, lebih mudah untuk mentransfer tulisan dari satu perangkat ke perangkat lainnya. Informasinya juga dapat disimpan secara elektronik dari pada harus disimpan secara fisik.

2.3 Strategi

Strategi berasal dari bahasa Yunani yang berasal dari kata “stratos” yang berarti militer dan “ag” yang artikan memimpin. Strategi dalam konteks awalnya diartikan sebagai generalship atau suatu yang dikerjakan oleh para jendral dalam membuat rencana untuk menaklukkan musuh dan memenangkan perang.¹⁷ Strategi adalah penempatan misi perusahaan, penempatan sasaran organisasi dengan mengikat kekuatan eksternal dan internal. Strategi tentunya mencapai sasaran dan memastikan implementasi secara tepat,

¹⁷ Setiawan Hari Purnomo dan Zulkiefli Mansyah, Manajeman Strategi Sebuah Konsep Pengantar, (Jakarta: Lembaga Penerbitan Falkutas Ekonomi UI, 1999), H 8

sehingga tujuan dan sasaran organisasi akan tercapai¹⁸. Strategi merupakan faktor yang penting dalam mencapai tujuan perusahaan, keberhasilan suatu usaha tergantung pada kemampuan pemimpin yang bisa dalam merumusan strategi yang digunakan.

2.3.1 Redaksi

Redaksi adalah merupakan lembaga media massa (cetak, elektronik, dan online) yang memilih dan merapikan tulisan yang akan dimasukkan ke surat kabar.¹⁹ Tugas redaksi meliputi penerimaan dan juga menolak tulisan-tulisan yang sampai di meja redaksi untuk kemudian disampaikan kepada media. Redaksi adalah bagian atau sekelompok orang dalam suatu organisasi media massa (cetak, elektronik, online) yang bertanggung jawab untuk menolak atau memizinkan diterbitkannya suatu Artikel atau berita dengan berbagai alasan, baik bentuk tulisannya berita atau bukan, bahasa, ketepatan dan kebenaran tulisan. Secara garis besar redaksi dibagi menjadi:

1. Pemimpin Redaksi

Pemimpin redaksi adalah orang pertama yang bertanggung jawab atas semua konten pers. Menurut konstitusi pers pemimpin redaksi bertanggung jawab jika timbul tuntutan hukum dari isi berita penerbitan.²⁰

2. Wakil Pemimpin Redaksi

Wakil pemimpin redaksi adalah orang yang membantu pemimpin redaksi dalam menjalankan tugas sehari-hari dan sekaligus menjalankan tugasnya.

¹⁸ Syafi' I Antonio, Bank Syariah dari Teori ke Praktek, Cet 1(Jakarta:Gemalnsani,2001), hal 153-157

¹⁹ <http://kkbi.web.id/redaksi>.

²⁰ Totok Djuroto, Manajemen Penerbitan Pers, Bandung: PT Remaja Rosdakarya, 2000, hlm 18 -19

3. Sekretaris Redaksi

Sekretaris redaksi adalah bertanggung jawab atas perencanaan, akuisisi, pengembangan dan pendanaan. Selain itu, ia bertanggung jawab untuk mengawasi kegiatan wartawan dan mengevaluasi pekerjaan mereka.

4. Redaksi Pelaksana

Sebuah departemen yang dibentuk untuk mendukung redaksi dalam tugas redaksinya

5. Redaktur

Redaktur biasanya bertanggung jawab atas isi halaman surat kabar. Itu sebabnya mereka disebut redaktur halaman atau redaktur lapangan.

6. Wartawan

Reporter atau wartawan adalah orang yang tugasnya mencari, mengumpulkan, dan mengolah informasi menjadi berita untuk media massa.

2.3.2 Strategi Redaksi

Strategi Redaksi adalah cara yang dilakukan suatu media untuk mencapai target akhir. Strategi yang digunakan sebuah redaksi adalah rencana tunggal yang mengikuti semua bagian perusahaan sebagai satu kesatuan, lengkap, memuat semua elemen penting perusahaan, dan semua bagian rencana berhubungan satu sama lain.²¹Pada umumnya para pembuat rencana strategi yang mempunyai kedudukan paling tinggi dalam perusahaan karena mereka lebih memfokuskan keterampilan konseptual dari, pada keterampilan teknik.

²¹ Michael A HITT (2001), Manajemen Strategi. Surabaya : Selemba Empat

Jadi strategi redaksi merupakan sebuah tindakan khusus dalam melakukan perencanaan jangka panjang untuk mencapai tujuan yang ingin dicapai oleh semua orang yang berperan untuk menyajikan pemberitaan di dalam struktur redaksi, sehingga dapat berkembang dan bertahan dari sengitnya persaingan antar media massa lainnya, yang tercipta dari ide dan gagasan seorang pemimpin serta dijalankan oleh semua orang dalamnya.

Portal media online bersaing untuk memperoleh berita, setiap portal berita membuat strategi untuk mendapatkan hati para pembacanya. Berikut ini disajikan hal terkait dengan Strategi Portal berita:²²

a. Perencanaan

Dalam perencanaan berita Redaktur akan memberikan informasi kepada reporter berita apa saja yang akan mereka buat. Mereka akan ditugaskan ketempat yang sudah ditentukan. Pemimpin redaksi mengawasi seluruh tim liputan setiap hari. Pemimpin Redaksi bertanggung jawab atas semua berita yang disampaikan sebagai hasil dari kegiatan pemberitaan tim liputan wilayah masing-masing.

b. Pelaksanaan

Pelaksanaan adalah ketika pemimpin redaksi mengarahkan staf redaksinya untuk memproduksi sebuah berita. Staf redaksi bekerja sesuai dengan tugas dan tanggung jawab yang sudah ditentukan oleh media tersebut. Kegiatan

²² Junaedi, F.2014. Manajemen Media Massa Teori, Aplikasi dan Riset. Buku Literasi Hal 16

yang dilakukan di tahap pelaksanaan adalah kegiatan memproduksi sebuah berita yang dimulai dari peliputan hingga berita siap diunggah ke dalam website dalam melaksanakan peliputan berita, terdapat tiga kegiatan utama yakni mengumpulkan data, mengambil foto dan video, dan menuliskan liputan.

Seusai memiliki ide dan fokus yang didapat dari proses perencanaan, maka dilakukan peliputan untuk mengumpulkan data di lapangan dengan cara wawancara dan observasi, serta pengambilan foto dan video yang diperlukan. Data yang telah didapatkan oleh wartawan pada kegiatan peliputan, lalu disederhanakan oleh wartawan dalam kegiatan penulisan liputan.

c. Kecepatan/Aktualitas

Berita media online antara lain aktualitas berisi info aktualitas karena kemudahan dan kecepatan penyajian. Sedangkan arti cepat adalah begitu diposting atau diupload, langsung bisa diakses semua orang. Sementara itu update adalah pembaharuan (updating) informasi dapat dilakukan dengan cepat baik dari sisi konten maupun redaksional, misalkan kesalahan ketik/ejaan. Informasipun disampaikan secara. Kebaruan (aktualitas) merupakan aspek yang sangat khas dalam jurnalistik, yaitu semua fakta yang dipublikasikan harus baru dan belum diketahui publik. Namun, kebaruan ini juga bersifat relatif, bergantung pada sifat dan kedalaman isi berita. Jurnalis

dituntut untuk mengetahui dan mencatat hal hal terkini dan peristiwa yang akan terjadi di lingkup khalayaknya.

d. Evaluasi

Evaluasi dalam media massa sangatlah penting. Jika pengawasan itu tidak dilakukan, tentunya fungsi dan tahap yang lain tidak akan berjalan secara maksimal. Pengawasan pada redaksi sangat penting agar kerjasama terjalin dan hubungan antar staf satu sama lain tetap berhubungan dengan baik, serta menjadi media yang lebih dan mengerti apa yang dibutuhkan oleh masyarakat.

Pada tahap evaluasi atau pengawasan ini redaktur pelaksanaan dalam merancang pemberitaan, lebih menekankan kepada seluruh anggota untuk mengembangkan isu-isu pemberitaan namun tidak lupa juga mengembangkan isu-isu berita yang lain hal tersebut dilakukan mengingat berita utama lah yang selalu di baca. Selain itu, pemimpin redaksi selalu mengingatkan bawahannya bahwa kaidah etika jurnalistik harus dipatuhi dalam mencari dan menulis berita.²³

2.3.3 Proses Produksi Pembuatan Berita Online

Produk pembuatan sebuah berita memiliki proses yang panjang dan juga matang karena tahap ini adalah terpenting dalam menyajikan tayangan berita yang menarik untuk para pembaca berita yang berkualitas dan terpercaya agar dapat diterima berbagai kalangan

²³ Pattia Ghea, Djudjur Luciana Radjagukguk, "Strategi Manajemen Redaksi Radar Depok.com Dalam Menghadapi Persaingan Di Era Digitalisasi" *Jurnal Sosial dan Humaniora*, Vol 5, Nomer 1, Tahun 2020

masyarakat Proses produksi berita di media online memiliki lima tahap berikut penjelasannya:²⁴

1. Tahap perencanaan berita (*News planning*). Pada tahap ini, kantor redaksi menyelenggarakan rapat, yaitu merencanakan informasi yang akan disajikan. Referensi meliputi visi, misi, pilar, nilai berita dan kaidah etika jurnalistik. Tahapan ini ditetapkan berbagai macam tema-tema tulisan/berita yang akan dibuat dan dimuat, kemudian dilakukan pembagian tugas di antara para wartawan.
2. Pengumpulan bahan berita (*News hunting*). Setelah rapat proyeksi dan pembagian kerja, wartawan mengumpulkan berita berupa fakta dan informasi melalui pemberitaan, pencarian referensi atau pengumpulan data melalui literatur dan wawancara.
3. Penulisan naskah berita (*News writing*). Pada tahap ini, bahan berita yang telah digabungkan kemudian ditulis dalam bentuk berita. Penulisan naskah berita ini mengacu pada teknik dan gaya yang ditentukan oleh media (*style book*), mulai dari penulisan judul, tanggal, penyajian, isi dan penutup berita.
4. Penyuntingan naskah berita (*News editing*). Naskah sudah tertulis harus diedit baik redaksional (bahasa) maupun isi (substansi). Dalam tahapan ini dilakukan perbaikan kalimat, kata, sistematika penulisan, dan substansi

²⁴ Firda Racmawati, Zaenal Mukarom, Moch Fakhruroji “Produksi Berita di Era Pandemi” Jurnal Ilmu Komunikasi Jurnalistik Vol 3 No 1 (2020) 1-16

naskah berita, termasuk pembuatan judul yang menarik dan layak jual serta penyesuaian naskah dengan space atau kolom yang tersedia.

5. Tahap Penyajian (*Publishing*). Pada tahap penyajian ini, naskah berita yang sudah siap disebarluaskan terlebih dahulu melalui proses desain grafis berupa tata letak (*lay out*), artistik, pemberian ilustrasi atau foto.

Dari penjelasan teori di atas, penulis dapat menyimpulkan bahwa berita yang sampai ke pembaca adalah berita yang paling baik. Setiap berita surat kabar bukanlah berita sembarangan. Melainkan berita yang dari awalnya melalui seleksi, yaitu mulai dari rapat redaksi, hingga penyuntingan naskah berita yang kemudian di publikasikan atau disebarluaskan. Ini merupakan alur berita dari berita online.

2.4. Era Digital

Di Indonesia, teknologi merupakan kepentingan yang harus dilengkapi oleh khalayak. Karena perkembangan saat ini membawa perbedaan pada karakter khalayak yang ingin akan berita. Penyampaian berita bisa diperoleh online (daring) hanya dengan bantuan perangkat dan koneksi internet.

Istilah media baru (*new media*) disebut sebagai media digital. Media digital adalah media dalam konteks berbagai kombinasi data, teks, suara, dan berbagai gambar yang disimpan dalam bentuk digital dan didistribusikan melalui jaringan berbasis kabel optik pita lebar, saterit dan sistem transmisi gelombang mikro. Pendefinisi menurut Romli, online media (media daring) juga disebut cybermedia (media siber), internet media (media

internet) dan new media (media baru) dapat diartikan sebagai media yang tersaji secara online di situs website internet. Secara teknik atau fisik, media online berbasis telekomunikasi dan multimedia (komputer dan internet). Beberapa kategori media online adalah portal, website, radio online, TV online dan email.

2.4.1 Website

Website (situs), atau sering disingkat menjadi website, ini merupakan kumpulan halaman web tentang topik-topik terkait. Kadang-kadang file gambar, video, atau jenis file lainnya disertakan. Situs web biasanya dihosting setidaknya di server web yang dapat digunakan melalui jaringan seperti Internet atau jaringan area lokal (LAN) yang disebut URL.²⁵

Gabungan, semua situs web yang tersedia untuk umum di Internet juga disebut World Wide Web. Website atau lebih dikenal dengan kependekan WWW. Meskipun setidaknya halaman di situs Internet pada umumnya dapat diakses secara bebas oleh publik, pada praktiknya tidak semua situs menawarkan akses terbuka kepada publik, dan beberapa situs memerlukan pengunjung. Mendaftar sebagai anggota atau bahkan meminta biaya keanggotaan untuk mengakses konten website seperti situs pornografi, situs berita, layanan email.

Pembatasan ini biasanya diberlakukan untuk alasan keamanan, untuk menghormati privasi atau untuk alasan bisnis tertentu. Halaman web hanyalah dokumen yang teks

²⁵ Sularno, Anggraini, P, Razi, M “Implementasi Website Promosi dan Penjualan Pada Asosiasi Pedagang Sepatu dan Tas Kota Padang”, Jurnal Teknologi dan Sistem Informasi Bisnis, Vol.1 No.1 Januari 2019 Universitas Dharma Andalas

sebagai dokumen teks biasa (plain text) yang diatur dan digabung sedemikian rupa dengan petunjuk- petunjuk berbasis HTML atau XHTML terkadang disertakan dalam dengan bahasa scripting. Selanjutnya, browser mengekstrak file tersebut dan menampilkan sebagai halaman di layar komputer. Web tersebut digunakan oleh pengguna melalui keamanan komunikasi jaringan yang disebut sebagai HTTP, sebagai tambahan untuk mengembangkan aspek keamanan dan aspek privasi yang lebih baik, situs web dapat pula mengimplementasi mekanisme pengakses melalui protokol HTTPS. Informasi yang dikonsumsi oleh publik menjadi bagian yang substansial dalam aktivitas jurnalistik. Berita dapat diklasifikasikan ke dalam jenis berita di atas tergantung pada ketersediaan bahan dan sumber berita.

2.4.2 Portal Berita

Portal berita online adalah media yang menguntungkan internet. Sekilas mungkin ada yang mengira bahwa portal berita online adalah media elektronik, namun para ahli membaginya menjadi kelompok-kelompok masing-masing. Hal ini dikarenakan portal berita online menggunakan kombinasi proses media cetak untuk menuliskan informasi yang disampaikan secara elektronik. Berdasarkan definisi oleh The Federal Networking Council di Amerika Serikat, Portal berita online lebih mengacu pada sistem informasi global yang secara logis terhubung oleh suatu area.

Portal berita online merupakan produk dari perkembangan teknologi web dalam dunia jurnalistik. Kemunculan media baru ini sejalan dengan kenyataan bahwa masyarakat

mencari. Informasi dari media semakin dinamis. Populasi portal berita online di Indonesia yang terus tumbuh membuat persaingan industri portal berita online menjadi ketat

2.5 Pengertian Berita

Berita adalah fakta dan opini yang benar dan akurat yang dianggap penting oleh banyak pembaca, pendengar atau pemirsa. Jadi walaupun ada fakta tapi jika tidak dimulai penting, aktual dan menarik oleh sejumlah besar orang maka hal tersebut tidak terdapat pada data yang akan disiapkan dalam berita, tetapi redaktur tetap menyajikannya, akibatnya tentu tidak menarik bagi pembaca atau pendengar atau pemirsa.²⁶

2.5.1 Penyajian berita

Beragam kejadian dan informasi yang diperoleh masyarakat tidak lepas dari peranan suatu media massa dalam hubungannya dengan penyajian dan interpretasi fakta peristiwa. Melalui media massa, masyarakat mendapat kesempatan untuk menyajikan informasi dalam bentuk berita. Berita tidak selalu merupakan informasi yang berkaitan dengan semua peristiwa, karena tidak semua peristiwa menjadi berita. Berita sendiri lebih menitikberatkan konstruksi suatu realitas yang proses interpretasinya menggunakan ragam bahasa yang telah terukur. Sehingga bahasa dapat dikatakan memegang peranan penting dalam membentuk opini public. Namun terdapat permasalahan berkaitan dengan berita yang dilansir oleh media massa. Pemberitaan seringkali masih belum seobjektif kenyataan sebenarnya dan pembatasan penghapusan data dan fakta dari berita menimbulkan gesekan.

²⁶ FitryanG. Dennis, *Bekerja Sebagai News Presenter*, (Jakarta: PT Gelora Aksara Pratama, 2008), h.23

Dalam arti faktamencemari opini dan subjektivitas penulisan berita atau bahkan fakta dimanipulasi untuk kepentingan tertentu.

Hal ini kemudian mengakibatkan gelombang opini yang kuat terhadap suatu persoalan yang diberikan. Entah itu penilaian positif seperti pencitraan positif yang dipublikasikan oleh media atau membentuk opini publik yang negatif terhadap hal tersebut. Citra positif yang tidak sesuai dengan realitas mengakibatkan kebohongan publik sedangkan opini negatif yang terus menerus dilansir akan menyebabkan tersugetinya rasa dendam dan kebencian sehingga aroma permushan publik mengetal akan suatu persoalan. Oleh karena itu, masalah pokoknya adalah menyajikan berita yang dapat menggambarkan masalah sesubjektif mungkin, sehingga kecenderungan opini negatif dapat dikendalikan²⁷

Format penyajian berita dibagi dalam :

Headline : Biasanya disebut judul, seringkali dengan subjudul, berguna untuk : membantu pembaca cepat memahami apa yang terjadi, membantu cerita dengan teknik grafis.

Deadline: Beberapa mencantumkan nama media, lokasi peristiwa, dan kapan kejadian.

Tujuan adalah untuk menunjukkan tempat dan inisial media

Lead:Lazim disebut teras berita. Biasanya ditulis pada paragraph pertama sebuah berita. Ia merupakan unsur yang paling penting dari sebuah berita yang menentukan apakah isi berita akan dibaca atau tidak. Ia merupakan sari patih sebuah berita, yang melukiskan seluruh berita secara singkat.

²⁷ Abdullah,Aceng . Press Relation: Kiat Berhubungan dengan Media Massa, (Bandung:Remaja Rosdakarya,2004), h98.

Body:Atau tubuh berita. Isinya menceritakan peristiwa yang dilaporkan dengan bahasa yang singkat, padat , dan jelas. Dengan demikian body merupakan perkembangan berita.²⁸

2.5.2 Ciri-Ciri Berita

Dalam Penulisan teks berita terlebih dahulu perlu mengetahui ciri-cirinya. Pada umumnya teks berita selalu mengandung unsur-unsur yang menjadi ciri khusus dari teks berita tersebut. Ciri-ciri teks berita yang harus diperhatikan misalnya.²⁹

1. Aktual

Ciri terkini, terbaru dan terhangat yang sedang terjadi dan bisa merupakan fakta terbaru yang ditemukan dari suatu peristiwa lama dan peristiwa lama dan peristiwa yang baru saja terjadi di dalam lingkungan masyarakat maupun dunia.

2. Faktual

Peristiwa yang terekam benar-benar terjadi dan merupakan realita, bukan dalam bentuk fiksi, khayalan atau esai belaka.. Fakta dalam sebuah berita dimunculkan dan diperoleh dari kenyataan tetapi juga ditambahkan pendapat atau pernyataan seorang sumber.

3. Penting

Dalam menulis teks berita, ada dua hal penting yang harus diperhatikan, pertama orang yang berkaitan langsung dengan peristiwa yang diliput. Orang

²⁸ Sareb Putra, R.Masri, Teknik Menulis Berita dan Feature,(Jakarta:PT.Indeks, 2006) h25

²⁹ Abdul Muhaemin,Enjang AS,Luk Luk Atin Marfu'ah, "Standar Kelayakan Berita Headline di Media Online" Jurnal Ilmu Jurnalistik Vol.2 No.4 (2019) 1-20 Universitas Islam Negeri

penting yang kemampuannya diakui oleh masyarakat dan lainnya dikaitkan dengan kepentingan orang banyak. dan pengaruhnya terhadap keadaan masyarakat.

4. Menarik

Masyarakat penasaran dan tertarik untuk menyimak isi berita dari teks yang dibagikan tersebut. Peristiwa yang menarik dan beragam juga cenderung memiliki ciri yang menarik seperti hiburan dan unsur keakraban yang melibatkan nilai kemanusiaan, seksual, kriminal dan politik.

2.5.3 Jenis-Jenis Berita

Kita sering mendengar dan melihat berita dari mulut ke mulut di televisi.. Sementara, berita yang disampaikan secara tulisan banyak dijumpai di media cetak atau online. Berita pada umumnya dapat dikategorikan menjadi tiga jenis yaitu hard news (berita berat), soft news (berita santai), dan Feature (berita menghibur)..³⁰

1.Hard News atau berita keras adalah informasi penting dan luar biasa yang harus segera ditayangkan oleh media penyiaran agar dapat diketahui khalayak penonton secepatnya. Program berita terdiri dari beberapa *hard news* dengan kata lain program berita merupakan kumpulan dari *hard news*. Dalam hal ini breaking news dapat diklasifikasikan ke dalam beberapa format berita yaitu: *live news, features* dan *entertainment*.

³⁰ Deddy Iskandar Muda (2005) , Jurnalistik Televisi : Menjadi Reporter Profesional . Bandung : Rosdakarya hlm 39

2. *Soft News* atau berita Lunak adalah segala informasi yang penting dan menarik yang disampaikan secara mendalam (*indepth*) namun tidak bersifat harus segera ditayangkan. Berita yang masuk kategori ini ditayangkan pada satu program tersendiri di luar program berita. Program yang masuk ke dalam kategori berita lunak ini adalah: *magazine*, *current affair*, dokumenter, dan talk show.

3. *Straight News*, artinya berita “langsung” (*straight*), maksudnya suatu berita yang singkat (tidak detail) dengan hanya menyajikan informasi terpenting saja yang mencakup 5W+1H (*who, what, where, when, why, dan how*) terhadap suatu peristiwa yang diberitakan. Berita jenis ini sangat terikat waktu (*deadline*) karena informasinya mudah basi jika terlambat disampaikan kepada penonton.

4. *Feature* ialah berita ringan namun menarik. Pengertian “menarik” disini adalah informasi yang bisa lucu, unik, aneh, menimbulkan kekaguman, dan sebagainya. Pada dasarnya berita-berita ini disebut sebagai *softnews* karena tidak terlalu terikat dengan waktu penayangan, namun karena durasinya yang singkat (kurang dari lima menit) dan ia menjadi bagian dari program berita maka *feature* masuk ke dalam kategori *hard news*. Namun adakalanya suatu *feature* terkait dengan suatu peristiwa penting atau dengan kata lain terikat dengan waktu karena itu harus segera disiarkan dalam suatu program berita.

Feature ini disebut dengan *news feature* yaitu sisi lain dari suatu berita straight news yang biasanya lebih menekankan pada sisi human interest dari suatu berita.

5. *Magazine* adalah program yang menampilkan informasi ringan namun komprehensif, artinya majalah adalah fitur jangka panjang. Magazine ditayangkan pada program khusus yang terpisah dari program berita. Magazine ini lebih menekankan sisi menarik dari informasi daripada kepentingannya.

6. Dokumenter adalah program informasi yang bertujuan untuk pembelajaran dan pendidikan namun disajikan dengan menarik. Gaya atau cara penyajian dokumenter sangat banyak macamnya dalam hal teknik pengambilan gambar, teknik editing dan teknik penceritaannya mulai dari yang sederhana hingga yang rumit. Suatu program dokumenter adakalanya dibuat seperti membuat sebuah film sehingga sering disebut dengan film documenter.

2.5.4 Unsur-Unsur Berita

Suatu informasi dapat dikatakan sebagai berita haruslah memenuhi unsur-unsur yang terdapat pada kajian ilmu jurnalistik. Petunjuk Teknis Menulis Berita menyebutkan sebuah berita haruslah mencakup unsur; benar, cepat, lengkap, objektif dan tersusun dengan baik. Salah satu unsur berita yaitu kelengkapan; merupakan panduan wartawan untuk menyusun

suatu berita dengan baik dan berkualitas, unsur-unsur kelengkapan terdiri 5W+1H dalam sebuah berita..

1. Who; Berita harus mengandung unsur “siapa” harus menyebutkan sumber yang jelas. Dengan kata lain, berita harus mempunyai sumber yang jelas. Jadi, penekanannya adalah sumber berita itu. “siapa” bisa mengacu pada individu, kelompok, atau lembaga. Tidak diperbolehkan mengarahkan berita yang tidak jelas sumbernya. Sebuah berita yang tidak jelas sumbernya akan tidak di percaya kebenarannya, kecermatan, dan ketelitiannya.

2. What; Setelah memahami sumber berita, selanjutnya penting untuk memahami “apa” yang dikatakannya: who to say what. Dengan kata lain, "apa" adalah mencari tahu apa yang layak diberitakan. Jika itu adalah kejadian atau peristiwa, "apa" berasal dari peristiwa atau peristiwa tersebut.

3. where atau 'di mana' merupakan unsur keterangan yang menjelaskan tempat kejadian atau masalah yang sedang terjadi. Kamu harus menulis unsur 'di mana' ini secara jelas agar pembaca memahami alur ceritanya. Dalam praktiknya, kamu bisa menulis keterangan lokasi dapat ditulis dengan jelas sesuai dengan kejadiannya. Selain itu unsur ini juga dapat menjadi bukti fisik terjadinya peristiwa tersebut. Contoh dari when di kantor, di rumah, di Jakarta dan di tempat lain.

4. When; Elemen penting berikutnya untuk ditambahkan ke item berita adalah "kapan" peristiwa itu terjadi. Unsur "ketika" ini juga ditandai dengan unsur kejadian baru (aktualitas) dalam pencarian realitas.

5. Why; Semua berita harus dapat menjelaskan "mengapa" peristiwa itu terjadi. Ini mengacu pada tujuan memuaskan rasa ingin tahu pembaca tentang penyebab peristiwa tersebut. Setiap peristiwa tidak pernah terjadi begitu saja dan selalu ada alasan mengapa itu terjadi. Alasan mengapa hal ini terjadi juga harus disampaikan atau dijelaskan kepada pembaca untuk memuaskan rasa penasarannya.

5. How; "Bagaimana" terjadi suatu kejadian juga sangat dinantikan oleh pembaca. Masyarakat yang sudah mengetahui mengapa suatu kejadian tentu akan menuntut lebih jauh tentang "bagaimana" persisnya kejadian tersebut. Keingintahuan tentang "bagaimana hal itu terjadi" dapat melibatkan kombinasi elemen berita lainnya, seperti daya tarik, intensitas, dampak, keintiman emosional, dan bahkan kehangatan dari pengalaman pribadi atau kelompok. Untuk mengetahui berita.³¹

2.5.5 Nilai Berita

Suatu berita memiliki pesan tersirat yang ingin disampaikan kepada pembacanya.

Dalam berita ada karakteristik intrinsik yang dikenal sebagai nilai berita (*news value*). Nilai

³¹ Barus, Sedia Wiling. 2010. *Jurnalistik; Petunjuk Teknis Menulis Berita*. Jakarta: Erlangga

berita ini menjadi ukuran yang berguna untuk menentukan layak berita. Berikut ini nilai – nilai berita yaitu;

1. Konflik

Kebanyakan konflik adalah layak berita. Konflik fisik mempunyai nilai berita karena biasanya terdapat kerugian dan korban serta menyangkut hajat hidup orang banyak.

2. Kemajuan dan Bencana

Dari perjuangan hidup yang rutin, yang umumnya tidak layak berita, sering muncul keberhasilan yang gemilang. Dari riset dan uji coba lahir penemuan baru, alat-alat serta pengobatan baru. Demikian pula kebakaran dan bencana alam seperti gempa, gunung meletus, banjir semua dapat terjadi secara tiba-tiba.³²

3. Kemasyhuran dan Terkemuka

Telah disetujui bahwa nama membuat berita dan nama besar membuat berita itu menjadi lebih besar. Harus ada tindakan agar perubahan nama itu, baik besar atau kecil menjadi berita. Hal yang mereka lakukan atau katakan sering kali menjadi berita karena ada konsekuensi yang mengakibatkan timbulnya rangkaian peristiwa yang dapat mempengaruhi banyak orang.

4. Kedekatan

³² <http://gosrok.blogspot.com/2011/08/nilai-berita-news-value.html>

Kedekatan dan saat yang tepat adalah ukuran yang diterapkan pada berita untuk menentukan apakah layak dihimpun atau dapat dijual. Salah satu aset utama dari berita adalah kesegaran (*freshness*). Kecelakaan lalu lintas hari ini pada jam sibuk lebih layak berita daripada kecelakaan lalu lintas serupa seminggu yang lalu. Ini mengenai momen yang tepat. Begitu pula kecelakaan setempat lebih layak dari kecelakaan serupa di kota lain.

5. Keganjilan

Keganjilan yang kerap kita lihat dalam berita misalnya mengenai anak sapi berkepala dua termasuk kejadian yang luar biasa. Seperti juga kejadian yang sangat kontras, cara hidup yang ganjil, kebiasaan dan hobi yang tidak umum, ketahyulan termasuk menarik perhatian pembaca.

6. Human Interest

Banyak cerita di surat kabar yang bila dilihat sepintas tidak seperti berita karena tidak memenuhi unsur-unsur konflik, konsekuensi, progres dan bencana, keganjilan atau nilai berita lainnya.

2.6 Kerangka Pemikiran

Tabel 2.2

