

BAB II

KAJIAN PUSTAKA

II.1 Penelitian Terdahulu

Penelitian terdahulu merupakan upaya yang dilakukan peneliti untuk mencari perbandingan dan menemukan inspirasi baru untuk penelitian selanjutnya, disamping itu kajian terdahulu dapat membantu peneliti memposisikan penelitian penelitian serta menunjukkan orsinalitas dari penelitian.

No.	Nama peneliti /Instansi/ Tahun	Judul Penelitian	Teori yang digunakan	Kesimpulan
1.	Shintadevy Maryolein / Sekolah Tinggi Ilmu Komunikasi London School of Public Relations / 201 ¹ 9	Instagram Sebagai Media Publikasi Dalam Membangun Brand Awareness Jakarta Aquarium	Teori Media Baru	Sesuai dengan tujuan dalam penelitian ini, yaitu untuk mengetahui kelebihan dan kekurangan Instagram Jakarta Aquarium dalam membangun brand awareness maka kelebihan yang terdapat pada Instagram Jakarta Aquarium adalah segala konten yang diunggah pada Instagram

¹ Shintadevy Maryolein, Nadya Dwina Hapsari, Rani Chandra Oktaviani. “Instagram Sebagai Media Publikasi Dalam Membangun Brand Awareness Jakarta Aquarium”. Jakarta: Sekolah Tinggi Ilmu Komunikasi London School of Public Relations. Volume 07. 2019.

				sudah memudahkan masyarakat khususnya pengguna Instagram lain untuk menerima informasi dengan baik, akses yang mudah dan juga cepat, sehingga dapat dilihat khalayak luas.
2.	Nurhasanah / Universitas Islam Negeri (UIN) Syarif Hidayatullah / 2011 ²	Kebijakan Redaksional Surat Kabar Media Indonesia dalam Penulisan Editorial	Teori Hirarki Pengaruh	Dari hasil analisis data yang telah diuraikan pada bab sebelumnya, maka dapat ditarik kesimpulan bahwa Teori Hirarki pengaruh tidak lepas mempengaruhi isi dari Editorial Media Indonesia, yang secara khusus berimplikasi pada kebijakan redaksional secara umum, terlebih dalam penulisan editorialnya. Kebijakan yang telah tertuang ini tidak pernah berubah, selama ideologi Media Indonesia pun tidak berubah. Kebijakan yang menjadi implementasi dari ideologi

² Nurhasanah. "Kebijakan Redaksional Surat Kabar Media Indonesia dalam Penulisan Editorial". Jakarta: SKRIPSI. 2011.

				tersebut mengarahkan penulisnya untuk tetap berada pada koridor atau batas yang telah ditentukan.
3.	Muhammad Noor Aziz Kautsar / UIN Alauddin Makassar / 2016 ³	Kredibilitas Pemberitaan Portal detik.com (Analisis Isi Portal Berita Online)	Analisis Isi	Detik.com memiliki kredibilitas dalam pemberitaannya ditinjau dari dimensi Accuracy, dimensi Believeability, dimensi bias dan dimensi Completeness. Adanya kredibilitas portal detik.com dalam memberitakan mengenai Penjahat Seksual dikebiri. Hanya ada satu 1 indikator saja yang membuat portal detik.com menjadi tidak memiliki kredibilitas, yaitu cover both side. Hampir keseluruhan dari pemberitaan yang dianalisis adalah pemberitaan yang tidak memiliki unsur cover both side. Tidak adanya cover both side dalam

³ Muhammad Noor Aziz Kautsar. “Kredibilitas Pemberitaan Portal detik.com (Analisis Isi Portal Berita Online)”. Jakarta: SKRIPSI. 2016.

				<p>pemberitaan mengenai Penjahat seksual dikebiri ini menjadi kelemahan bagi portal detik.com karena tidak dapat menunjukkan 88 kredibilitasnya sebagai portal berita yang dapat memberikan pemberitaan pemberitaan yang berimbang bagi masyarakat.</p>
4.	<p>Natalia Frederika Honsujaya / Universitas Hasanuddin 2016⁴</p>	<p>Kebijakan Redaksional News Departement di Net (News And Entertainment Television) Dalam Pengelolaan Citizen Journalism</p>	<p>Teori Gatekeeper</p>	<p>Berdasarkan analisis mengenai kebijakan redaksi NET CJ dalam menyeleksi dan mempublikasi video citizen journalism, yang dikaji dan dianalisis pada penelitian ini, maka dapat tergambar dalam setiap kebijakan yang diambil oleh redaksi NET CJ. Kebijakan redaksional pada citizen journalism semuanya berdasar pada Pedoman Perilaku Penyiaran dan</p>

⁴ Natalia Frederika Honsujaya. Abdul Gafar. “*Kebijakan Redaksional News Departement di Net (News And Entertainment Television) Dalam Pengelolaan Citizen Journalism*”. Makassar: Jurnal Ilmu Komunikasi. Vol. 8. 2016.

				<p>Standar Program Siaran (P3SPS) yang dikeluarkan oleh KPI dan peraturan-peraturan yang dikeluarkan oleh Dewan Pers. Mekanisme kerja redaksi sebagai berikut : video yang di-upload oleh member masuk ke User Generated Content lalu diseleksi oleh produser. Ketika sudah di-approve oleh produser, maka secara otomatis video masuk ke Content Management System.</p>
5.	Tri Cahyani / Universitas Budi Luhur. 2014. ⁵	<p>Kebijakan Redaksional di Redaksi Liputan6.com Dalam Memproduksi Berita</p>	<p>Teori Hirarki Isi Pesan Media Massa</p>	<p>Peneliti menyimpulkan bahwa keempat level yaitu level rutinitas media, level organisasi, level ekstra media, dan yang keempat adalah level ideologi yang memperlihatkan dalam proses memproduksi berita pada media online</p>

⁵ Tri Cahyani. Laksmi Rachmaria. “Kebijakan Redaksional di Redaksi Liputan6.com Dalam Memproduksi Berita”. Jakarta: Jurnal Ilmu Komunikasi Mahasiswa Konsentrasi Broadcast Journalism. 2014.

				<p>Liputan6.com, sedangkan untuk faktor level individu tidak terlalu pada media online tersebut.</p> <p>Berdasarkan dari hasil penelitian dan pembahasan yang menggunakan teori hirark isi pesan media massa yang telah diungkapkan oleh Shoemaker dan Reese, kebijakan ini dipengaruhi oleh beberapa faktor dari kelima level tersebut. Yaitu level individu, level rutinitas media, level organisasi media, level ekstra media, dan yang kelima adalah level ideologi.</p>
--	--	--	--	--



II.2 Landasan Teori

II.2.1 Teori Gatekeeping

Gatekeeper pertama kali dikenalkan oleh seorang ahli psikologi asal Australia, Kurt Lewin dalam bukunya Human Realties (1947). Kata tersebut merupakan istilah yang berasal dari lapangan sosiologi. Didalam komunikasi massa dengan salah satu elemennya adalah informasi, mereka yang bertugas untuk mempengaruhi informasi

disebut gatekeeper. Hal ini juga bisa dikatakan, gatekeeper lah yang memberi izin bagi tersebarnya sebuah berita.⁶

Bagi shoemaker, gatekeeping terkait dengan aktivitas yang diperlihatkan oleh organisasi komunikasi. Penjaga gawang hanya terjadi dalam organisasi komunikasi termasuk media pers. Titik masuknya berawal dari seorang pekerja komunikasi, termasuk wartawan melihat pesan yang masuk dan berhenti pada saat pesan itu sampai kepada khalayak. Sedangkan gawang merupakan tempat pengambilan keputusan tentang pesan yang baik disiarkan kepada khalayak (communication concept 3: Gatekeeping, 1991:2).⁷

Gatekeeping adalah teori yang menekankan adanya peran krusial dari para penjaga gerbang (gatekeepers), yakni para eksekutif media, yang bisa membuka atau menutup “gerbang” terhadap pesan-pesan yang akan disampaikan media. Merekalah yang menentukan, pesan atau isi apa yang dimuat atau ditayangkan di media, dan pesan mana pula yang tidak dimuat atau tidak ditayangkan di media.

Setiap media memiliki penjaga gerbang tersendiri (gatekeeper). Mereka berfungsi sebagai penjaga gerbang yang menentukan peristiwa apa yang diberitakan, atau ide/gagasan apa yang ditampilkan. Dalam pendekatan ini, para jurnalis, produser, atau pengelola media, harus bersikap kritis dan cermat dalam menyeleksi atau memilah-milah berita, serta pesan yang mau disampaikan lewat berita itu. Berita atau

⁶ Ghulam Shabir, Muhammad Imran. Asad Mumtaz. Ashraf Ali Anjum. “Fact-Checking Journalism sebagai Platform Kolaborasi Human and Machine pada Jurnalisme Digital”. Jakarta: Universitas Multimedia Nusantara. 2019.

⁷ Ana Nadhya Abrar, 2015, *Tatakelola Jurnalisme Politik*. Yogyakarta: Gadjah Mada University Press.

pesan yang tidak mendukung ke arah pembentukan karakter bangsa yang kuat, maka tidak perlu disiarkan sama sekali.

Gatekeeper mempunyai wewenang untuk tidak memuat berita yang dianggap meresahkan masyarakat. Menurut Hiebert, Ungurait dan Bohn gatekeeper mempunyai sifat sebagai berikut:

- a) Penapisan informasi bersifat subjektif dan personal, dipengaruhi oleh berbagai latar belakang dari seorang gatekeeper.
- b) Penapisan informasi membatasi apa yang ingin diketahui oleh pembaca.
- c) Penapisan informasi menjadi suatu aktifitas yang tidak bisa dihindari oleh media.

Meskipun fungsi gatekeeper sangat penting bagi media, tetapi aktifitasnya juga dapat membawa efek tertentu, salah satunya adalah distorsi informasi (pembiasan informasi). pembiasan informasi ada yang disengaja ada yang tidak disengaja, disengaja (pemutarbalikkan fakta), karena kecorobahan atau ketidaktahuan

Proses *gatekeeping* merupakan salah satu elemen penting dari proses pemberitaan sebuah media, dimana elemen-elemen yang terkait *gatekeeping* mendasarkan diri pada visi dan media serta lingkungan sosial (*media need, target audience*). Jika proses *gatekeeping* tidak berjalan dengan baik, maka akan membawa implikasi baik internal maupun eksternal. Internal berkaitan dengan kredibilitas media, pencapaian target bisnis, demoralisasi di *newsroom*. Eksternal berkaitan dengan kepercayaan audience (oplah/rating), pencapaian bisnis, masalah hukum. Seseorang yang melakukan proses *gatekeeping* disebut sebagai *gatekeeper*.

II.3. Landasan Konseptual

II.3.1. Kebijakan Redaksional

Kebijakan redaksional (editorial policy) adalah pedoman media pers dalam mengelola news room. Dengan kata lain, kebijakan redaksional merupakan kaidah bagi setiap langkah operasional pemberitaan di sebuah media pers.⁸

Kebijakan redaksional merupakan gabungan kondisi objektif khalayak sebuah media pers dan cita-cita institusioal media pers. Kondisi objektif khalayak berkaitan dengan status sosial-ekonomi dan kebutuhan informasi mereka. Tidak semua orang memiliki status sosial-ekonomi yang tinggi membutuhkan berita yang berkualitas. Sebaliknya, Tidak semua orang memiliki status sosial-ekonomi yang rendah membutuhkan berita yang tidak berkualitas. Wajar bila media pers secara berkala mengadakan survei untuk mengetahui kebutuhan informasi khalayak.⁹

Kebijakan redaksional menjadi pedoman dan ukuran dalam menentukan kejadian macam apa yang oleh surat kabar patut diangkat serta dipilih untuk menjadi berita maupun bahan komentar. Visi pokok yang dijabarkan menjadi kebijakan redaksional, selian menjadi kerangka acuan serta kriteria dalam menyeleksi dan mengolahnya menjadi berita, juga menjadi visi serta seuntai nilai dasar yang dihayati bersama oleh wartawan yang bekerja.

⁸ Cakra Virajati. Widodo Agus Setianto. "Kebijakan Redaksi Media dalam Pemberitaan Kehumasan Analyzing Editorial Policy in Public Relations Release". Yogyakarta: IPTEK-KOM, Vol. 21. 2019.

⁹ Ibid. Hal. 60-61.

Tiap perusahaan media memiliki cita-cita institusional yang menjadi orientasinya terhadap masyarakat. Orientasi itu berupa meningkatkan kualitas hidup masyarakat, membangun masyarakat madani menghormati hak-hak manusia, membangun individu yang unggul, dan sebagainya. Orientasi itulah yang menjadi nilai yang harus diperjuangkan perusahaan media. Bahkan orientasi tersebut bisa menjadi ruh bagi perusahaan media. Terhadap nilai dasar atau visi yang menjadi acuan dan kriteria perusahaan pers, wartawan tidak hanya sekedar menerima, melainkan juga memberi. Maka terjadilah proses berbagi melalui interaksi itu dapat memperkaya, mengembangkan, dan mengaktualkan visi tersebut. Kebijakan redaksional berpusat pada bagaimana aspek-aspek dan misi ideal dijabarkan dalam peliputan dan penempatan berita, laporan, tulisan, dan gambar yang sesuai dengan kepentingan dan selera khalayak yang beraneka ragam (Sumadiria, 2006)

Sikap, potensi dan pandangan suatu media merupakan factor terbesar yang mempengaruhi kebijakan redaksi. Namun untuk mengimbangi kebijakan tersebut, perlu memerlukan nilai/norma yang berlaku dalam masyarakat. Dalam hal tersebut dikatakan oleh Djudjul Juyoto “Redaksi juga harus mampu menganalisa yang akan diturunkan, yakni adanya daya timbang dan kebijakan redaksional nya tentunya untuk merealisasikan kenyataan, tuntutan oleh norma-norma, nilai-nilai dan standar yang harus diberlakukan dalam kehidupan masyarakat yang mampu membangun secara spiritual dan materialnya”.¹⁰

¹⁰ Djudjuk Juyoto, 1985. “Jurnalistik Praktis: Sarana Penggerak Lapangan Kerja Raksasa”. Hal 31.

II.3.2. Portal

Portal merupakan pusat entry data dan sebagai navigasi untuk menyediakan akses ke area virtual (aplikasi atau layanan) dan untuk memberikan informasi tambahan kepada user. Portal dalam hal ini berfungsi sebagai antar muka antar pengguna dan system. Tidak jarang orang mengatakan portal adalah sebagai platform untuk bisnis e-commerce.¹¹

Menurut Thurlow et al, portal adalah pintu untuk memasuki ruang di siber atau bisa juga bermakna sebagai gerbang yang mengantarkan pengguna untuk berselancar (*surfing*) lebih jauh. Portal dalam Bahasa Indonesia juga diartikan sebagai gerbang atau terowongan yang mengarahkan seseorang ke suatu tempat. Penting untuk digaris bawahi bahwa bahwa portal bukanlah akhir, portal merupakan pengalaman pertama atau "*first-hand experience*" dari satu titik yang akan menuju titik-titik lainnya.

Kata "portal" menjadi kata baru dalam mengakses media abhwa melalui portal-lah perjalanan di web itu dimulai, "*the idea of a portal site is that all your web journeys should start here*" (Miller, 2007: 17).¹² Sebagian besar portal menawarkan layanan gratis sebagai berikut: mesin pencarian dan/ direktori subjek; berita; olahraga; dan cuaca, layanan penerbitan di Web gratis; referensi seperti *yellow pages*, daftar nilai saham, dan peta; serta email dan bentuk-bentuk komunikasi online lainnya.

¹¹ Dini Hamidin, dkk, 2022. *Strategi Pemasaran di Era Digital*. Sukabumi: Haura Utama.

¹² Dr. Rulli Nasrullah, 2016. *Teori dan Riset Media Siber (Cybermedia)*. Prenada Media.

II.3.3 Berita

Istilah berita berasal dari Bahasa sansekerta yakni Vrit. Dalam Bahasa Inggris “Write” artinya ada atau terjadi. Ada juga yang menyebut dengan Vritta dan berarti kejadian ataupun peristiwa terhangat. Pada umumnya berita ialah laporan tercepat tentang fakta ataupun ide terbaru yang menarik, benar, atau penting untuk sebagian besar masyarakat. Pengertian berita itu sendiri yaitu suatu informasi tentang hal yang sedang terjadi, diberitahukan dengan bentuk cetak, internet, siaran ataupun mulut ke mulut.

Menurut Effendy (1991:141), berita dalam jurnalistik mempunyai arti tersendiri yang bermakna luas, tidak sebagaimana dalam pengertian umum. Dalam pengertian umum, berita berarti kabar yakni suatu hal atau kejadian. Pengertian berita dalam jurnalistik sederhana itu, karena yang menyampaikannya adalah seseorang yang mewakili suatu Lembaga yang kompleks, yang disampaikannya adalah mengenai hal atau peristiwa yang terjadi diseluruh dunia dan menyangkut kepentingan umum sedangkan yang menerimanya adalah orang banyak.¹³

William S. Maulsby dalam *Greeting the News* menegaskan, berita bisa didefinisikan sebagai suatu penuturan secara benar dan tidak memihak dari fakta-fakta yang mempunyai arti penting dan baru terjadi, yang dapat menarik perhatian para pembaca surat kabar yang membuat berita tersebut. Dalam definisi jurnalistik, seperti dikutip Assegaff (1984:54) dikatakan, berita adalah laporan tentang fakta atau ide

¹³ Indah Suryawati. *Jurnalistik: Suatu Pengantar Teori dan Praktik*. Ghalia Indonesia. 2011.

termasa, yang dipilih oleh staf redaksi suatu harian untuk disiarkan, yang dapat menarik perhatian pembaca, entah karena dia luar biasa, entah karena penting atau akibatnya, entah pula karena dia mencakup segi-segi human interest seperti humor, emosi, dan ketegangan.¹⁴

Dengan itu, berita bukan hanya menunjuk pada pers atau media massa dalam arti sempit dan “tradisional”, melainkan juga pada radio, televisi, film, internet, atau media massa dalam arti luas dan modern. Berita pada awalnya memang hanya “milik” surat kabar. Tetapi sekarang berita juga menjadi “darah-daging” radio, televisi, dan internet. Tak ada media tanpa berita, sebagaimana halnya tak ada berita tanpa media. Berita telah tampil sebagai kebutuhan dasar masyarakat modern di seluruh dunia.

II.3.4 Klasifikasi Berita

Berita dapat diklasifikasikan kedalam dua kategori : berita berat (hard news) dan berita ringan (soft news). Selain itu berita juga dapat dibedakan menurut lokasi peristiwanya, di tempat terbuka atau di tempat tertutup. Sedangkan berdasarkan sifatnya, berita bisa dipilah menjadi berita diduga dan berita tidak diduga. Selebihnya, berita juga bisa dilihat menurut materi isinya yang beraneka macam.¹⁵

¹⁴ Ibid. Hal. 67.

¹⁵ Sumaridia, AS Haris. *Sosiologi Komunikasi Massa*, (Bandung: Simbiosis Rekatama Media, 2014) Hal 65-66.

Menurut Rolnick, hard news (berita hangat) punya arti penting bagi banyak pembaca, pendengar dan pemirsa karena biasanya berisikan kejadian yang “terkini” yang baru saja terjadi atau akan terjadi di pemerintahan, politik, hubungan luar negeri, Pendidikan, ketenagakerjaan, agama, pengadilan, pasar finansial, dan sebagainya. Soft news (berita ringan) biasanya kurang penting karena isinya menghibur, walau kadang juga memberi informasi penting. Berita jenis ini seringkali bukan berita terbaru. Di dalamnya membuat berita human interest atau jenis rubik feature. Jenis ini lebih menarik bagi emosi ketimbang akal pikiran.

Berdasarkan lokasi peristiwanya, berita dibedakan atas berita yang terjadi di tempat tertutup (indoor news) dan berita yang terjadi di tempat terbuka (outdoor news). Contoh berita di tempat terbuka adalah berita seminar, symposium, rapat paripurna DPR, dan sebagainya. Sedangkan berita di tempat terbuka dapat berupa demonstrasi di jalan, bencana alam, tawuran, kemacetan, peperangan dan lain-lain.

II.3.5 Jenis-Jenis Berita

Dalam dunia jurnalistik, berita berdasarkan jenisnya dibagi ke dalam tiga kelompok yaitu elementary, intermediate, advance. Termasuk dalam kelompok berita elementary (dasar) adalah pelaporan berita langsung (straight news), berita mendalam (depth news report) dan berita menyeluruh (comprehensive news report). Berita intermediate (lanjutan) meliputi pelaporan berita interpretative (interpretative news report) dan laporan karangan khusus (feature story report). Sementara pelaporan

mendalam (depth reporting), pelaporan penyelidikan (investigative reporting), dan penulisan tajuk rencana (editorial writing) masuk ke dalam kategori kelompok advance (mahir).

Mengutip Rivers, menjelaskan masing-masing pengertian tersebut sebagai berikut :

- a. Straight news report adalah laporan langsung mengenai suatu peristiwa. Misalnya sebuah pidato biasanya merupakan berita-berita langsung yang hanya menyajikan apa yang terjadi dalam waktu singkat. Berita memiliki nilai penyajian objektif tentang fakta-fakta yang dapat dibuktikan. Biasanya, berita jenis ini ditulis dengan unsur- unsur yang dimulai dari what, who, when, where, why, dan how (5W1H).
- b. Depth news report merupakan laporan yang sedikit berbeda dengan straight news report. Reporter (wartawan) menghimpun informasi dengan fakta-fakta mengenai peristiwa itu sendiri sebagai informasi tambahan untuk peristiwa tersebut. Dalam sebuah depth report tentang pidato pemilihan calon presiden, reporter akan memasukan pidato itu sendiri dan dibandingkan dengan pernyataan-pernyataan yang telah dikeluarkan oleh calon presiden tersebut beberapa waktu lalu. Jenis laporan ini memerlukan pengalihan informasi, bukan opini reporter. Fakta-fakta yang nyata masih tetap besar.
- c. Comprehensive news merupakan laporan tentang fakta yang bersifat menyeluruh ditinjau dari berbagai aspek. Berita menyeluruh, sesungguhnya merupakan jawaban terhadap kritik sekaligus kelemahan yang terdapat dalam berita langsung

(straight news). Sebagai gambaran, berita langsung bersifat sepotong-sepotong, tidak utuh, hanya merupakan serpihan fakta setiap hari. Berita langsung seperti tidak peduli dengan hubungan atau keterkaitan antara berita yang satu dengan berita yang lain. Analog dengan dunia tinju, berita langsung bersifat hit and run (pukul dan lari). Berita menyeluruh, mencoba menggabungkan berbagai serpihan fakta itu dalam satu bangunan cerita peristiwa sehingga benang merahnya terlihat dengan jelas.

- d. Interpretative report lebih dari sekedar straight news dan depth news. Berita interpretatif biasanya memfokuskan sebuah isu, masalah, atau peristiwa-peristiwa kontroversial. Namun demikian, fokus laporan beritanya masih berbicara mengenai fakta yang terbukti bukan opini. Dalam jenis laporan ini, reporter menganalisis dan menjelaskan. Karena laporan interpretatif bergantung pada pertimbangan nilai dan fakta, maka sebagian pembaca menyebutnya sebagai “opini”. Biasanya, para reporter interpretatif menemui sedikit masalah dalam pencarian fakta. Mereka umumnya mencoba menerangkan berbagai peristiwa publik. Sumber informasi bisa diperoleh dari narasumber yang mungkin hanya memberikan informasi yang sesuai dengan keinginan dan kebutuhan mereka.
- e. Feature story berbeda dengan straight news, depth news, atau interpretative news. Dalam laporan-laporan berita tersebut, reporter menyajikan informasi yang penting untuk para pembaca. Sedangkan dalam feature, penulis mencari fakta untuk menarik perhatian pembacanya. Penulis feature menyajikan suatu

pengalaman pembaca (reading experiences) yang lebih bergantung pada gaya (style) penulisan dan humor daripada pentingnya informasi yang disajikan.

- f. Depth reporting adalah pelaporan jurnalistik yang bersifat mendalam, tajam, lengkap, utuh tentang suatu peristiwa fenomenal dan aktual. Dengan membaca karya pelaporan mendalam, orang akan mengetahui dan memahami dengan baik duduk perkara suatu persoalan dilihat dari berbagai perspektif atau sudut pandang. Pelaporan mendalam, dalam tradisi pers kita sering disajikan dalam rubrik khusus seperti laporan utama, bahasan utama, focus. Pelaporan mendalam disajikan dalam beberapa judul untuk menghindari kejenuhan pembaca. Pelaporan mendalam ditulis oleh tim, disiapkan dengan matang, memerlukan waktu beberapa hari atau minggu, dan membutuhkan biaya peliputan cukup besar.
- g. Investigative reporting berisikan hal-hal yang tidak jauh berbeda dengan laporan interpretatif. Berita jenis ini biasanya memusatkan pada sejumlah masalah dan kontroversi. Namun demikian, dalam laporan investigatif, para wartawan melakukan penyelidikan untuk memperoleh fakta yang tersembunyi demi tujuan. Pelaksanaannya sering illegal atau tidak etis. H. Editorial writing adalah pikiran sebuah intuisi yang diuji di depan sidang pendapat umum. Editorial adalah penyajian fakta dan opini yang menafsirkan berita-berita yang penting dan mempengaruhi pendapat umum. Para penulis editorial bukan bekerja unruk dirinya sendiri, melainkan untuk sebuah surat kabar, majalah, atau stasiun radio. Kadang-kadang, mereka merasakan dirinya sebagai petugas informasi masyarakat pada masa perang yang sering merasa tidak yakin sejauh mana

mereka harus memberikan informasi kepada para reporter tentang peristiwa-peristiwa militer. Seperti halnya petugas informasi, penulis editorial mungkin akan diberi instruksi sebelum menulis.¹⁶

II.3.6 Nilai Berita

Mendapatkan berita yang baik, maka perlu kriteria nilai berita (news value). Nilai berita menjadi acuan bagi para jurnalis, bahkan editor untuk memutuskan fakta yang lebih pantas menjadi berita. Kriteria umum nilai berita yang harus diperhatikan adalah sebagai berikut:

- a) Keluarbiasaan, berita adalah sesuatu yang luar biasa, bukan peristiwa biasa.
- b) Akibat, berita adalah hal yang berdampak luas, memberikan konsekuensi atau memiliki pengaruh bagi khalayak.
- c) Aktual, berita yang sedang atau baru terjadi, aktualitas waktu dan masalah.
- d) Kedekatan, berita adalah sesuatu yang dekat, baik psikologis dan geografis.
- e) Informasi, berita adalah informasi. Informasi adalah hal yang bisa menghilangkan ketidakpastian.
- f) Konflik, berita adalah konflik atau pertentangan.
- g) Orang penting, berita adalah tentang orang-orang penting, publik figur.

¹⁶ William L Rivers. *Etika Media Massa dan Kecenderungan Untuk Melangarnya*. Jakarta PT: Gramedia Pustaka Utama (1994). Hal 6-7.

- h) Kejutan, berita adalah kejutan yang datangnya tiba-tiba, diluar dugaan, saat sebelumnya hampir tidak mungkin terjadi.
- i) Ketertarikan manusia, berita adalah hal yang menggetarkan hati, menggugah perusahaan, mengusik jiwa, lebih cenderung emosional daripada rasional.
- j) Seks, berita adalah informasi yang berkaitan dengan perselingkuhan, hubungan antar individu.

II.3.7. Media Baru

Pengertian mengenai media baru atau *new media* terus berkembang seiring dengan ditemukannya sarana atau saluran yang baru. Saat ini media baru dipahami sebagai jenis komunikasi dan informasi yang terkoneksi dengan internet. Pengertian media baru sebenarnya masih terlalu umum. *Defining new media isn't easy*, kata Bailey Socha dan Barbara Eber-Schmid dari *New Media Institute*.

Keduanya mengartikan media baru sebagai “segala macam barang yang terkait dengan internet, teknologi, gambar dan suara”, namun dalam kenyataannya definisi media baru berubah setiap hari dan akan terus demikian. “*New media is a 21st Century catch all term used to define all that is related to the internet and the interplay between technology, image, and sound, in fact the definition of new media changes daily, and will to do so,*” katanya.¹⁷

¹⁷ Christine P. Andu & Tegus H. Patriantoro, 2021. *Penggunaan Media Grindr Dikalangan Gay Dalam Menjalini Hubungan Personal (Suatu Studi Fenomenologi)*. Yogyakarta: K-Media.

Sedangkan menurut Denis McQuail mendefinisikan new media atau media baru sebagai perangkat teknologi elektronik yang berbeda dengan penggunaan yang berbeda pula. Media elektronik baru ini terdiri dari beberapa system teknologi seperti: system transmisi, system miniaturisasi, system penyimpanan dan pencarian informasi, system penyajian gambar (dengan menggunakan kombinasi teks dan grafik secara lentur), dan system pengendalian (oleh computer) FT Media baru memiliki beberapa karakteristik, yakni simulasi, digital, interaktif, hypertextual, visual dan jaringan. (Lister, 2009).¹⁸

Jandy Luik dalam bukunya Media Baru: sebuah pengantar menjelaskan bahwa media baru memiliki tiga hal utama, yakni :¹⁹

- a. Terdapat semangat dan budaya yang baru maksudnya adalah adanya sebuah niat, harapan dan dorongan untuk menjadi lebih dari sekedar audiens (penerima dan penikmat pesan). Media baru identic dengan pengguna (user) yang berimplikasi pada tidak hanya penerima pesan tetapi juga mampu memodifikasi dan menciptakan konten yang kemudia bias di sebarakan melalui beberapa pilihan media baru.
- b. Terdapat teknologi atau aplikasi baru, maksudnya madia didukung oleh kebaruan teknologi yakni interaktif (fitur yang memberikan pengguna kemudia untuk melakukan control terhadap konten dan medium), digital (transformasi dari objek media fisik menjadi konfigurasi numeric) dan konvergensi

¹⁸ Putri Wahyuni dkk, 2021. *Perempuan: Perempuan dan Media Volume 2*. Aceh: Syiah Kuala University Press.

¹⁹ Luik, Jandy. *Media Baru Sebuah Pengantar*. Jakarta: Kencana McQuail (2020).

(penggabungan beberapa medium, jadi dalam satu media baru terdapat banyak divergensi variasi atau aplikasi).

- c. Terdapat generasi pengguna yang baru, maksudnya muncul beberapa istilah bagi pengguna media baru saat ini, seperti Netizens, Millenialism atau Gen Z dan lainnya yang merujuk pada factor mendasar seperti keluwesan dalam berteknologi digital adanya interaktivitas dan lainnya.

II.3.8 Internet

Internet adalah sebuah system jaringan yang menghubungkan berbagai computer dari belahan dunia untuk saling terhubung dan bertukar data serta bertukar informasi. Dalam prakteknya sebuah computer untuk saling terhubung dengan computer lainnya membutuhkan bantuan dari sebuah program kecil bernama browser. Di dunia ini perkembangan aplikasi browser telah berkembang secara cepat mengikuti perkembangan teknologi pada internet, khususnya beragam koneksi internet dengan segala kelebihan dan kekurangannya.

Kelahiran internet bermula dari lahirnya ARPAnet (*Advanced Research Project Agency Network*) pada tahun 1969. Pada dasarnya, internet digunakan untuk menghubungkan computer versi yang pertama disebut ARPANET. Pada tahun 1972, ARPANET berubah menjadi DARPA dengan tetap mempromosikan proyek ARPANET. Pada tahun 1973 internet mulai dikenal dan banyak digunakan untuk menjelakan komunikasi data jarak jauh oleh Vinton G Cerf dan Bob Khan.

Sebagai sebuah jaringan komputer dunia, internet dapat dikatakan sebagai jalur transportasi segala informasi yang berbentuk file atau data pada computer lain. Dengan demikian, internet sendiri tidak mengandung informasi. Lebih tepat dikatakan, bahwa informasi dapat ditemukan melalui atau menggunakan internet. Informasi sendiri berada pada computer-computer yang berkembang ke internet karena komputerlah yang menyimpan informasi, bukan internet.

Perkembangan jaringan internet diseluruh dunia semakin maju, jumlah situs web yang tersedia juga semakin meningkat. Hingga saat ini, jumlah halaman web yang biasa diakses melalui internet telah mencapai angka miliaran. Untuk memudahkan penelusuran halaman web, terutama untuk menemukan halaman yang memuat topik-topik tertentu, para pengakses web dapat menggunakan mesin pencari (search engine).

II.3.9 Media Sosial

Media sosial adalah sebuah media online yang dapat mendukung antar individu dengan menggunakan teknologi berbasis web yang membuat perubahan komunikasi satu arah menjadi dialog interaktif. Tujuannya untuk mempermudah penggunaanya dalam berinteraksi pesan dalam bentuk jejaring sosial.

Media sosial juga merupakan suatu hal yang tidak bisa dipungkiri saat ini bahkan dihilangkan dari masyarakat luas terutama di Indonesia dengan populasi pengguna media sosial tertinggi peringkat ke 4 di dunia. Menurut Kementerian Komunikasi dan Informatika (Kemkominfo), mengungkapkan pengguna internet di

Indoensia saat ini mencapai 63 juta orang. Dari angka tersebut 95 persen menggunakan internet untuk mengakses jejaring sosial.

Media sosial adalah alat baru komunikasi masa kini yang tidak terpecah pada satu Teknik komunikasi melainkan dapat dikolaborasikan dengan banyak fitur lainnya “Social media is a new types communication and collaboration tools that enable many types of interactions that were previously not available to the common person”.²⁰ Tujuan media sosial menurut Chris Brogen adalah salah satu instrument baru untuk berkomunikasi dan dapat di kombinasikan jenis interaksi yang sebelumnya masyarakat tidak mengetahuinya.

Media sosial merupakan salah satu alat yang dimana seseorang dapat terhubung dengan segala hal dan yang terpenting adalah media sosial juga sebagai alat berbagi informasi yang cepat. Media sosial juga membawa dampak yang signifikan untuk keberlangsungan hidup para kaum millennial jaman sekarang. Hal ini terjadi karena masyarakat terutama anak muda sekarang telah tumbuh dan sangat terintegrasi dengan perangkat dan situs-situs jaringan yang interaktif.

Majunya teknologi internet dan dibarengi dengan perkembangan smartphone maka media sosial juga ikut tumbuh pesat sampa saat ini, dan untuk mengakses fitur atau situs media sosial dapat diakses dimanapun dan kapanpun saat ingin

²⁰ Nabila Dhifa, dkk, Peradaban Media Sosial di Era Industri 4.0 (Malang: PT. Citra Intrans Selaras, 2020) h.7

mengaksesnya. Akhirnya hal ini menjadikan media sosial sebagai alat atau hal yang paling penting di kehidupan untuk masyarakat terutama remaja masa kini.

Generasi muda saat ini menggunakan media sosial bisa dimanapun dan kapanpun, untuk mengakses informasi tidak sesulit zaman dahulu karena akses internet yang luas dan akses media sosial juga sangat mudah hanya mengandalkan smartphone yang digenggam kemana-mana. Masyarakat tidak akan ketinggalan berita yang menjadi trending diluar sana.

II.3.10 Instagram

Instagram didirikan pada 6 oktober 2010 oleh Kevin Systrom dan Mike Krieger diambil dari kata “instan” dan “telegram”. Instagram adalah media sosial yang dapat menampilkan foto secara instan dan cepat. Dalam Instagram seseorang dapat menjadi pengikut atau mengikuti akun instagram lainnya. Dengan cara inilah satu pengguna dengan pengguna yang lain dapat berkomunikasi yang bisa dilakukan dengan cara memberikan tanda suka, memberikan komentar pada foto-foto yang diunggah di beranda, atau dengan cara mengirim pesan langsung dalam kotak pesan yang dikenal dengan direct message.

Media sosial instagram memiliki peranan yang besar untuk mendukung hobi seseorang dalam dunia fotografi. Peranan media sosial instagram menjadi sarana bagi seseorang untuk berkomunikasi atau berbagi aktivitas yang dilakukannya lewat sebuah foto, karena instagram dilengkapi dengan fitur-fitur yang menarik untuk mengedit foto.

Pada dasarnya, Instagram dapat juga menjadi sarana komunikasi, baik secara personal maupun kelompok atau massa. Jay Black dan Frederik C. Whitney 1988 mendefinisikan komunikasi massa sebagai sebuah proses di mana pesan-pesan yang diproduksi secara massal disebarkan kepada massa penerima pesan yang luas, tak dikenal dan beragam.²¹

Instagram disebut sebagai media sosial, karena kemampuannya dalam membentuk jaringan sehingga memungkinkan banyak orang dapat melakukan interaksi. Karena kemampuannya ini dalam media sosial seseorang dapat melakukan beragam aktivitas dua arah, saling bertukar gagasan, berkolaborasi, dan berkomunikasi secara visual maupun audiovisual.²² Media sosial sebagai “sebuah kelompok aplikasi berbasis internet yang membangun di atas dasar ideologi dan teknologi yang memungkinkan penciptaan dan pertukaran user-generated content” (Kaplan dan Michael, 2010). Selain itu, media sosial merupakan tempat berkumpulnya orang-orang yang ingin berbagi informasi dan tempat untuk mencari teman baru serta berinteraksi dengan teman lainnya secara online.

²¹ Nurudin. (2009). *Pengantar Komunikasi Massa*. Jakarta: Rajawali Pers. Hal 12.

²² Puntoadi, Danis. *Meningkatkan penjualan melalui media sosial*. Jakarta (2011).

II.4 Kerangka Pemikiran

Menurut Sugiyono, Kerangka berpikir merupakan cara mengemukakan bahwa kerangka berpikir ialah bentuk dari konseptual terkait dari teori yang saling berkaitan dari bermacam-macam faktor yang diidentifikasi sesuatu masalah yang dirasa penting.²³ Kerangka pemikiran dibuat peneliti untuk dijadikan pemikiran dalam penelitian serta mencoba menjelaskan pokok masalah penelitian sebagai berikut:



Gambar 2.3 Kerangka konseptual

²³ Sugiyono. *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. penerbit Alfabeta, (Bandung, 2018) Hal 95.