

BAB II

LANDASAN TEORI

A. Berita

1. Pengertian Berita

Kata “berita” berasal dari Bahasa Sanskerta, *vrit* (ada atau terjadi) atau *vritta* (kejadian atau peristiwa). Kamus Besar Bahasa Indonesia menyebutkan, bahwa berita adalah “laporan tercepat mengenai kejadian atau peristiwa yang hangat”. Berita dalam bahasa Inggris disebut *News*. Dalam *The Oxford Paperback Dictionary* terbitan Oxford University Press (1979), *news* diartikan sebagai “informasi tentang peristiwa terbaru”.¹⁷

Berita adalah suatu warta yang menarik dan relevan, opini atau ide baru yang diteliti dengan cermat dan diakui sebagai hal yang penting bagi sejumlah besar orang. Meskipun itu fakta, sesuatu yang tidak dinilai penting, relevan, dan menarik belum bias dipercayai banyak orang sebagai suatu informasi atau berita. Apabila tidak ada unsur-unsur tersebut dalam data informasi yang akan diterbitkan, penerbit tetap menerbitkannya, hasilnya pasti tidak menyenangkan dan tidak menarik minat pembacanya.¹⁸

Berita adalah sesuatu yang selalu diperbarui dan penting yang dapat memberikan pengaruh dalam hidup manusia, sesuai dengan pernyataan Harahap “*News is immediate, the important, the things that have impact on our lives*”. Harahap mendeskripsikan berita adalah laporan tentang fakta

¹⁷Mochammad Sinung Restendy, “Daya Tarik Jurnalistik, Pers, Berita Dan Perbedaan Peran Dalam News Casting”, *Jurnal al-Hikmah*, Vol. 4 No. 2, 2016. hlm. 2

¹⁸Fitryan G. Dennis, “Bekerja Sebagai News Presenter”, (Jakarta: PT Gelora Aksara Pratama, 2008), hlm. 23

peristiwa atau pendapat yang aktual, menarik, berguna dan dipublikasikan melalui media massa periodik: surat kabar, majalah, radio, dan TV.¹⁹ Berita itu tiada lain adalah laporan atau pemberitahuan tentang segala peristiwa aktual yang menarik perhatian banyak orang.²⁰

Charnley mendefinisikan berita sebagai informasi tercepat tentang asal usul suatu kasus atau kejadian terkini, vital, dan menarik bagi pembaca serta memengaruhi kepentingan mereka. Suatu peristiwa dapat memenuhi syarat sebagai berita jika mengandung beberapa unsur antara lain, diterbitkan oleh institusi yang kentara identitasnya, alamat, serta penanggung jawabnya, berita tadi ditemukan oleh jurnalis menggunakan cara yang sesuai dengan standar operasional serta mekanisme dalam profesi jurnalistik.²¹

Berita merupakan wujud dari pesan-pesan komunikasi. Tidak semua fenomena disebut berita, akan tetapi apabila sudah memenuhi syarat berisikan penting, terbaru, menarik perhatian. Maka, unsur-unsur tersebut sudah dapat dikategorikan sebagai berita.

Jenis pesan secara umum terbagi menjadi empat kategori berikut:

- a. *Straight news* atau pesan langsung adalah jenis informasi yang langsung mengarah pada inti persoalan, bersifat ringkas, dan berisi informasi mengenai peristiwa terkini yang sedang berlangsung, paling menonjol,

¹⁹ ArifinHarahap, "Jurnalistik Televisi: Tehnik Memburu dan Menulis Berita", (Jakarta: PT. Indeks, 2007), hlm. 4

²⁰ KustadiSuhandang, "Pengantar Jurnalistik Seputar Organisasi, Produk dan Kode Etik", (Bandung: PT. Yayasan Nuansa Cendikia, 2004), hlm. 103

²¹ Redi Panuju, "Nalar Jurnalistik: Dasarnya dasar-dasar Jurnalistik", (Malang: Bayumedia, 2005), hlm 52

dan menarik perhatian. Berita jenis ini biasanya kita temukan di halaman depan surat kabar. Straight news dibagi menjadi dua jenis, yaitu *hard news* dan *soft news*. *Hard news* sering diartikan sebagai berita penting yang sangat menarik bagi banyak pembaca karena biasanya mencakup peristiwa terkini yang baru saja atau akan terjadi.

- b. Berita opini adalah jenis berita yang menyajikan pandangan seseorang tentang suatu isu, termasuk inspirasi kreatif, pemikiran, dan komentar mengenai hal-hal yang penting. Pendapat ini umumnya berasal dari para ahli, ilmuwan, profesor, atau pejabat yang membahas suatu isu atau peristiwa.
- c. Pesan interpretatif adalah jenis pesan yang berkembang dari pesan langsung. Pengembangan ini mencakup penambahan informasi latar belakang, wawancara dengan berbagai sumber dan pengamat, serta data relevan, sehingga artikel berita dapat menjadi lebih detail dan lengkap. Berita interpretatif membutuhkan wawasan yang komprehensif dan analisis mendalam dari jurnalis.
- d. Berita mendalam adalah berita yang menyelami apa yang ada di balik permukaan peristiwa. Unsur pesan yang ditekankan adalah "Mengapa" (mengapa peristiwa terjadi), "Bagaimana" (bagaimana peristiwa itu terjadi, rincian peristiwa), dan "*So what*" (apa yang akan terjadi selanjutnya?). Tujuan dari berita mendalam adalah untuk membahas topik secara lebih terperinci.

- e. Berita investigatif adalah jenis berita yang dihasilkan dari proses investigasi dan penelitian mendalam dari berbagai sumber. Berita investigatif ini dibuat melalui teknik investigasi seperti penggunaan sumber yang kaya, observasi, wawancara mendalam, dan penyelidikan yang ekstensif.²²

B. Strategi Penyajian Berita

Strategi penyajian berita secara sederhana dapat diartikan sebagai cara atau metode yang dipilih oleh media untuk menyajikan informasi berita kepada publik. Bisa juga didefinisikan sebagai serangkaian tindakan yang dilakukan secara terencana dan sistematis untuk menyampaikan berita yang update, aktual, cepat, dan tepercaya agar tetap eksis dan terus bertahan. Tujuannya adalah agar berita dapat diterima, dipahami, dan menimbulkan reaksi yang diinginkan oleh media tersebut, bisa dalam konteks tujuan tertentu, seperti menarik minat pembaca, meningkatkan kredibilitas media, atau menyesuaikan dengan karakteristik audiens tertentu.²³

Beragamnya peristiwa dan informasi yang diterima masyarakat sangat dipengaruhi oleh peran media massa yang terus menyajikan dan menginterpretasikan informasi tentang berbagai kejadian. Melalui media massa, masyarakat menerima informasi dalam bentuk berita. Namun, tidak semua peristiwa menjadi topik yang relevan dalam berita, karena berita hanya berfokus

²² Hikma kusumaningrat, "Jurnalistik, teori dan praktik", (Bandung : PT Remaja Rosdakarya, 2006), hlm. 259

²⁴ Warnatiani, Risdha Fifian. *STRATEGI PENYAJIAN BERITA PADA PORTAL KANAL INDONESIA*. Diss. IAIN Ponorogo, 2023.

pada konstruksi dari proses empiris, menggunakan berbagai bahasa pengukuran untuk interpretasinya.

Oleh sebab itu, bahasa memainkan peran penting dalam membentuk opini publik. Sayangnya, terdapat ketidakkonsistenan dalam pemberitaan di media arus utama. Berita sering kali kurang obyektif dibandingkan dengan pengalaman sebenarnya. Selain itu, keterbatasan dalam pengumpulan data dan penyampaian pesan membuat karya ini terkadang menjadi semacam fiksi. Dengan kata lain, fakta bisa terdistorsi oleh opini dan subjektivitas penulis, atau bahkan dimanipulasi oleh pihak tertentu untuk tujuan tertentu.

Format penyajian berita biasanya terdiri dari beberapa bagian:

- a. *Heading* atau judul, sering kali dilengkapi dengan subheading, yang membantu pembaca cepat memahami peristiwa yang diberitakan dan menyorot elemen penting berita dengan bantuan teknik grafis.
- b. Tanggal yang mencakup nama media, lokasi kejadian, dan tanggal kejadian, yang bertujuan menunjukkan tempat dan identitas media yang melaporkan.
- c. *Lead* atau teras berita, yang biasanya terletak di paragraf pertama, merupakan elemen penting yang menentukan apakah pembaca akan melanjutkan membaca atau tidak. *Lead* berfungsi sebagai inti pesan yang memberikan gambaran singkat tentang keseluruhan isi berita.
- d. Isi pesan yang merinci peristiwa yang dilaporkan dengan bahasa yang singkat, padat, dan jelas, sehingga tubuh berita tersebut berkembang dengan baik.

Strategi media mencakup elemen penting yang disebut perencanaan

media. Perencanaan media adalah proses yang melibatkan pembuatan jadwal untuk menunjukkan bagaimana penggunaan waktu dan ruang iklan dapat mencapai tujuan pemasaran. Rencana media harus diselaraskan dengan aspek lain dari strategi pemasaran dan strategi periklanan. Selain itu, strategi media juga menetapkan tujuan media yang menjadi dasar dari perencanaan media tersebut.²⁴

Salah satu aspek penting dari strategi media adalah jangkauan *viewers*, yaitu seberapa banyak orang yang telah melihat iklan setidaknya sekali dalam periode waktu tertentu. Beberapa faktor mempengaruhi jangkauan kampanye iklan, termasuk variasi jumlah media yang digunakan dan waktu penayangan iklan. Selain itu, strategi media juga menentukan tujuan media, frekuensi, dan rata-rata durasi pembaca target terpapar oleh media tertentu selama periode empat minggu, serta tingkat intensitasnya.²⁵

Total poin reputasi adalah ukuran dari total bobot yang dapat dicapai dengan rencana periklanan tertentu, yang dihitung secara matematis sebagai hasil dari perkalian jangkauan dengan frekuensi. Dalam praktiknya, GPRS (*Gross Rating Points*) dihitung dengan menjumlahkan rating yang diperoleh dari masing-masing media. Rating ini mengukur persentase pemirsa yang melihat sebuah iklan dalam media yang mempromosikan merek.

Evaluasi efektivitas iklan diukur dengan ERP (*Effective Reach Points*), yang menunjukkan seberapa sering pemirsa melihat iklan dari

²⁴ William R. Rivers at.al., *Media Massa dan Masyarakat Modern: Edisi Kedua*, (Jakarta: Prenada Media, 2003) hal 237

²⁵ Marwah, *Strategi Media Massa*. (Nuansa, Bandung 1995) hal 80

merek tertentu. Kontinuitas dalam strategi media merujuk pada bagaimana iklan disebarakan selama kampanye berlangsung. Jadwal iklan bisa berkesinambungan dengan jumlah investasi yang konsisten sepanjang kampanye, atau bisa sangat bervariasi dari waktu ke waktu. Biaya iklan bisa berbeda-beda, tergantung pada strategi yang dipilih, seperti dalam strategi penerbangan di mana pengeluaran iklan tidak merata sepanjang kampanye.²⁶

C. Media Online

1. Pengertian Media Sosial

Media online adalah jenis media yang menggunakan internet dan menggabungkan informasi tertulis serta proses dari media cetak yang disebarakan secara elektronik. Selain itu, media online juga menawarkan komunikasi yang terkesan lebih personal. Sebagai bagian dari media massa, media online di internet mengadopsi prinsip-prinsip jurnalistik dalam operasionalnya.²⁷ Internet sebagai media baru memiliki beberapa karakteristik seperti teknologi yang canggih, fleksibilitas, potensi interaktif, fungsi yang bersifat privat maupun publik, serta regulasi dan jaringan yang rendah. Internet juga membuka pintu bagi organisasi untuk berinteraksi secara global. Ketika digunakan dengan benar, sifat interaktif internet dapat menjadi alat yang kuat untuk membangun dan mempertahankan hubungan yang saling menguntungkan.²⁸

²⁶ Ibid, 81

²⁷ Akbar Ali S.T, Menguasai Internet plus pembuatan Web (Bandung: M2s.2005) Hlm 13

²⁸ Maria Asumpte Rumanti, Dasar dasar Public Relations:teori dan praktik, 2002. Hlm 101

2. Jenis media massa *online*

Jenis media massa online dapat diklasifikasikan berdasarkan situs berita dan kepemilikannya. Berdasarkan situs berita, media massa online terbagi menjadi:

1. Versi online dari media massa cetak
2. Versi online dari media massa elektronik
3. Media massa online murni yang tidak terhubung dengan media cetak atau elektronik
4. Portal berita yang menampilkan tautan berita dari berbagai situs lain.²⁹

3. Karakteristik media *online*:

Ciri yang paling menonjol dari media online adalah kemudahan bagi penerbit dan pengguna dalam mengatur waktu dan akses publikasi. Tidak ada batasan waktu akses, sehingga siapa pun dapat mengaksesnya kapan saja dan di mana saja. Konten yang disajikan cepat, terkini, dan berdasarkan fakta. Menurut "*Online Journalism: Principles and Practices of News for the Web*" oleh James C. Foust (2005), ciri-ciri media online meliputi:³⁰

- a) Kontrol pemirsa: Pembaca memiliki kebebasan lebih dalam memilih berita yang diinginkan hanya dengan menggerakkan jari, mouse, atau kursor dan mengklik tautan yang diinginkan.

²⁹ [http://darikatahati.blogspot.com/media_online/Apa Itu Media Online_DARI KATA HATI.htm](http://darikatahati.blogspot.com/media_online/Apa%20Itu%20Media%20Online_DARI%20KATA%20HATI.htm) (Diakses Rabu 24 Februari 2016).

³⁰ Siswanto, Abdul Harif, Nurul Haniza, and Achmad Rosyad. "MEDIA MASSA ONLINE DAN KESADARAN SOSIAL GENERASI MILENIAL." *DE FACTO: Journal Of International Multidisciplinary Science* 1.02 (2023): 89

- b) Nonlinearitas: Pesan yang disampaikan dapat bersifat individual atau tidak berkelanjutan.
- c) Penyimpanan dan pengambilan: Informasi dapat disimpan atau diarsipkan dan diakses kapan saja dengan mudah.
- d) Ruang penyimpanan tak terbatas: Media online memungkinkan penyimpanan pesan yang jauh lebih lengkap dibandingkan media lainnya.
- e) Kedekatan: Menekankan pada kesegaran, kecepatan, dan kejelasan.
- f) Kemampuan multimedia: Dapat menggabungkan teks, suara, gambar, video, dan komponen lainnya dalam pesan.
- g) Interaktivitas: Meningkatkan keterlibatan pembaca, misalnya dengan menyediakan kolom komentar dan kemampuan berbagi di media sosial seperti Facebook dan Twitter.

4. Keunggulan Media *Online*:

- a) Media online dikategorikan berdasarkan jenis berita, sehingga memudahkan dan mempercepat akses ke berita yang diinginkan.
- b) Dari segi kecepatan, media online unggul dalam menyebarkan berita dengan sangat cepat.
- c) Pembaruan berita secara real-time memungkinkan media online menyampaikan informasi lebih cepat tanpa harus menunggu proses pageditan yang memakan waktu.
- d) Media online audiovisual menyediakan konten audiovisual melalui streaming.

- e) Media online dapat diakses secara virtual dan fleksibel dari mana saja dan kapan saja.³¹

D. Komunikasi Massa

Istilah "Komunikasi Massa" berasal dari bahasa Inggris "*Mass Communication*," yang merujuk pada komunikasi yang dilakukan melalui media massa. Komunikasi massa melibatkan saluran atau media yang digunakan untuk menjangkau banyak orang yang tersebar di berbagai lokasi, memungkinkan mereka menerima pesan yang sama pada waktu yang hampir bersamaan.³²

Menurut De Witt C. Reddick, peran utama media massa adalah memberi informasi kepada masyarakat tentang berbagai tindakan, perasaan, dan pemikiran mereka. Dengan kesadaran ini, media massa tidak dapat dipisahkan dari kebenaran. Prinsip-prinsip utama yang harus dijunjung oleh pers adalah tanggung jawab (*responsibility*), kebebasan untuk menyajikan berita (*freedom of the press*), kebebasan dari tekanan pihak lain (*independence*), serta nilai berita dan keakuratan dalam hal kebenaran (*honesty, veracity*). Selain itu, diperlukan aturan main yang disepakati bersama (*fair play*) dan pertimbangan etis (sopan santun). Persoalan yang muncul adalah apakah kebebasan pers saat ini masih dapat terjaga dengan baik jika tidak diimbangi dengan tanggung jawab dan kode etik sebagai landasan profesi. Hal ini penting untuk mencegah terjadinya pers yang anarkis. Dalam kehidupan sehari-hari, media massa

³¹ <http://inspirasi.digital.com/posting/kelebihan-dan-kekurangan-media-online.html> (Diakses Selasa 2 Februari 2016).

³² Berlo, Wiryanto, Teori Komunikasi Massa, (Jakarta:Erlangga, 2005), h. 233.

memiliki beberapa fungsi utama.³³ Berikut adalah poin-poin dari fungsi media massa:

a. Fungsi Pengawasan

- Memberikan informasi yang tepat kepada masyarakat.
- Memberikan peringatan tentang apa yang terjadi di lingkungan sekitar.
- Membantu memperbarui pengetahuan dan pemahaman masyarakat tentang lingkungan mereka.

b. Fungsi Interpretatif

- Mengolah berbagai pengetahuan yang ada.
- Menafsirkan informasi yang tersedia.
- Menghubungkan berbagai pengetahuan dan informasi.

c. Fungsi Transfer Nilai

- Menyebarkan nilai-nilai dari satu generasi ke generasi berikutnya.

d. Fungsi Hiburan

- Menghibur masyarakat.
- Menyajikan peristiwa dan pengalaman sebagai bentuk hiburan.³⁴

Selain itu, dalam perkembangannya, media massa juga memperoleh kemampuan baru, yaitu membentuk komunitas dan komunikasi virtual, seperti yang terlihat pada grup internet di dunia maya. Komunikasi Massa memiliki ciri-ciri yaitu:

³³ Daerobi Putut, Fungsi dan peran startegis media massa, diakses melalui: <https://hatimata.wordpress.com> (Agustus, 2024)

³⁴ krismuntahe, *strategi koran medis dalam menyampaikan berita*. diss. institut agama islam darussalam blokagung banyuwangi, 2022. Hal 6

1. Tidak langsung: Komunikasi dilakukan melalui media teknis, bukan secara tatap muka.
2. Sepihak: Tidak ada dialog langsung antara pengirim dan penerima pesan.
3. Terbuka: Pesan ditujukan kepada audiens yang luas, tidak terbatas, dan anonim.
4. Menjangkau masyarakat luas: Pesan dapat diakses oleh siapa saja.³⁵

Ciri pertama mengacu pada kenyataan bahwa pesan dalam komunikasi massa tidak dapat langsung diterima, karena harus melalui proses seperti pemformatan, pencetakan, distribusi, dan akhirnya disampaikan kepada audiens. Oleh karena itu, komunikasi tidak dapat terjadi secara langsung seperti dalam komunikasi tatap muka. Ciri kedua adalah tidak adanya dialog antara komunikator dan audiens; komunikasi bersifat satu arah, dari pengirim ke penerima, dengan hubungan yang bersifat impersonal.

Ciri ketiga adalah keterbukaan, yang berarti pesan dalam komunikasi massa dapat diakses oleh siapa saja. Ciri keempat adalah adanya intervensi regulasi kelembagaan antara pengirim dan penerima, yang mencakup aturan, norma, dan nilai yang harus diikuti ketika berkomunikasi melalui media massa. Beberapa aturan ini diatur dalam kode etik yang dibuat oleh jurnalis dan organisasi berita. Dengan demikian, komunikasi massa juga dapat didefinisikan sebagai suatu jenis komunikasi yang ditujukan kepada sejumlah

³⁵ Noelle Neumann, Rahmat Jalaluddin, Psikologi Komunikasi, (Bandung: Remaja Rosdakarya), h. 175.

audien yang tersebar, heterogen, dan anonim melalui media massa cetak atau elektronik sehingga pesan yang sama dapat diterima secara serentak dan sesaat.

Media massa diyakini memiliki pengaruh yang signifikan dalam membentuk pengetahuan, sikap, dan perilaku masyarakat. Faktanya, media massa dapat dengan mudah mendorong masyarakat untuk membentuk opini tentang peristiwa yang akan datang. Media massa memiliki kemampuan untuk mengarahkan, mempengaruhi, dan membentuk kehidupan di masa kini maupun masa depan.³⁶

Secara umum, media massa terbagi menjadi dua kategori: media cetak (seperti surat kabar, majalah, dan tabloid) dan media elektronik (seperti televisi dan radio).³⁷ Namun, seiring dengan kemajuan teknologi informasi, media massa juga berkembang menjadi media online. Media komunikasi yang sudah dikenal luas meliputi media cetak dan elektronik. Pada abad ke-21, media online semakin mendapatkan perhatian dari masyarakat, dan pengaruhnya mulai menjangkau berbagai lapisan sosial.³⁸

Media massa online berkontribusi pada kemajuan peradaban manusia, yang didorong oleh perkembangan teknologi komunikasi. Namun, dalam kenyataannya, peran media ini sering disalahgunakan, sehingga media massa bisa berfungsi ganda: baik mengurangi nilai kemanusiaan (*dehumanisasi*)

³⁶ Puspianto, Alim. "Peluang dan Tantangan Media Massa di Era Cyber (Perspektif Hypodermic Needle Theory dan Uses And Gratification Theory)." *An-Nida': Jurnal Komunikasi dan Penyiaran Islam* 10.2 (2022): 25

³⁷ Arsyad, A. *Media Pembelajaran*. (PT Raja Grafindo Persada, Jakarta, 2010).,h.22.

³⁸ Aidin, Bhakti Setyowibowo, et al. *Invasi Media Massa*. Media Nusa Creative (MNC Publishing), 2021. Hal 5

maupun memperkuat dan meradikalisasi nilai kemanusiaan (*humanisasi*).³⁹

E. Radar Kediri

Perusahaan Radar Kediri atau PT. Kediri Intermedia Pers merupakan suatu perusahaan yang bergerak pada bidang media cetak yang berdiri sejak 12 Juli 1999. Selama kurang lebih 23 tahun Radar Kediri dipilih menjadi pusat sumber informasi bagi masyarakat Kediri dan sekitarnya.⁴⁰ Dilihat dari segi produksi, Jawa Pos Radar Kediri yang memuat berita sepanjang hari mampu memproduksi 23.000 eksemplar, antara lain wilayah Tulungagung, Blitar, Nganjuk, Jombang, dan Mojokerto pada tahun 2000 sampai 2010. Namun, dari tahun 2021 Radar Kediri hanya memasarkan koran meliputi dua wilayah Kediri dan Nganjuk saja dengan hasil produksi mencapai 12.000 eksemplar.

³⁹ Ibid, 6

⁴⁰Jawa Pos, Radar Kediri, https://id.m.wikipedia.org/wiki/Radar_Kediri diakses tanggal 2 November 2022 Pukul 10.40