

BAB II

LANDASAN TEORI

A. Konsep Jurnalistik

Jurnalistik dalam pengertian secara sempit itu berarti kegiatan untuk mengumpulkan, kemudian menulisnya, mengedit, sampai dengan menyajikan berita ke khalayak umum dengan menggunakan media tertentu. Dalam pengertian tersebut dapat dikatakan sebagai hakikat jurnalistik. Kemudian, juga dapat diartikan secara luas yaitu merupakan kegiatan yang di dalamnya terdapat sebuah perusahaan media dan yang terlibat di dalamnya bukan hanya wartawan, melainkan juga pemilik modal sampai dengan karyawan terbawah pada perusahaan tersebut.¹ Dalam dunia jurnalistik, tentu memiliki unsur-unsur yang melekat dan juga fungsinya.

1. Unsur-Unsur Jurnalistik

a) Fakta

Informasi yang diberitakan kepada khalayak luas harus berdasarkan pada kenyataan atau fakta, bukan sekedar opini atau pendapat pribadi. Dalam dunia jurnalistik “fakta” terbagi menjadi 5W+1H. Namun, di dalam *feature*, fakta tidak selalu terkait dengan 5W+1H.

b) Akurat

Data yang diperoleh kemudian ditulis dalam berita, harus bisa dipertanggungjawabkan.

c) Aktual

Kebaruan dalam sebuah berita, yang artinya berita harus mengikuti perkembangan terkini, sehingga relevan untuk pembaca. Dalam hal ini *feature* tidak diwajibkan.

d) Menarik

¹ *Op. Cit.*, Suherdiana, ‘*Jurnalistik Kontemporer*’, hal. 7.

Penyajian berita harus dapat membuat para pembaca tertarik. Baik itu dari topiknya atau dari cara penulisannya.

e) Bermanfaat

Informasi dalam berita yang disampaikan hendaknya memberikan nilai tambah bagi masyarakat luas.

2. Fungsi Jurnalistik

a) Memberi Informasi

Menyampaikan informasi atau kabar terkini atau terbaru kepada masyarakat.

b) Kontrol Sosial

Mengawasi kebijakan-kebijakan yang dibuat oleh pembuat kebijakan atau pemerintah.

c) Mendidik

Memberikan pengetahuan dan pemahaman baru kepada masyarakat, yang juga dapat menjadi agen perubahan.

d) Memberi Hiburan

Menyajikan cerita yang menarik dan menyenangkan untuk masyarakat agar dapat menjadi hiburan.²

B. Jurnalistik *Feature*

Menurut Wheeler, sebuah karya *feature* dapat membuat pembacanya merasakan sebuah tempat yang belum pernah dikunjungi. Jika tulisan ini adalah *feature*, memang pembaca seharusnya mengalami hal tersebut, merasakan atmosfer dalam tulisan, dapat juga bisa merasa marah atau sedih terkait tulisan *feature* tersebut, dan sebagainya. Intinya adalah sebuah tulisan *feature* membuat para pembacanya dapat ikut

² Andi Edwin Rewira, 'Ad-Da'wah Jurnalistik: Antara Jurnalisme dan Idealisme di Tengah Pusaran Dinamika Global', *Jurnal Dakwah dan Komunikasi*, Vol. 22 No. 2 (2024), hal. 58.

merasakan apa yang terjadi dalam tulisan tersebut dan termasuk berita *soft news*.³

1. Perbedaan *Soft News* dan *Hard News*

a) Kecepatan

Berita *hard news* mengedepankan kecepatan dan juga terbatas dengan waktu. Ini berarti jika ada peristiwa yang baru dan dengan segera harus disampaikan pada masyarakat. Sebab, jika peristiwa tersebut tidak segera disampaikan, maka akan kehilangan konteks waktu. Berita yang kehilangan konteks waktu akan tidak digubris oleh pembaca karena kemungkinan pembaca sudah mengetahui informasi dari media lain, atau dapat disebut sebagai berita basi.

Dan karena ada kecepatan itu, sering sekali informasi justru kurang lengkap karena mengejar jam tayang berita. Berita menjadi lebih lengkap setelah ada dalam beberapa tulisan. Hal tersebut berbeda dengan tulisan *feature*. Di dalamnya terdapat aspek kedalaman atau lebih *detail* dalam menyajikan data. Penulis *feature* akan lebih teliti mengolah data, karena masalah waktu bukan hal yang sangat penting bagi berita *feature*.⁴

e) Pola Penulisan

Susunan *hard news* sudah terpola dan masih dipakai hingga sekarang, yaitu pola piramida terbalik yang mendahulukan poin penting. Sedangkan di dalam *feature* lebih mendahulukan nilai *human interest* sehingga sangat mungkin di seluruh bagian tulisan adalah hal yang dianggap penting untuk diketahui pembaca.

³ Fanny Lesmana, 'Feature : Tulisan Jurnalistik Yang Kreatif Disertai Kaidah Dalam Penulisan Jurnalistik', *Sustainability* (2019), hal. 3.

⁴ Ibid., hal. 9-10.

f) Penulisan *Lead*

Salah satu yang menjadi pembeda adalah *lead*. Pada *feature*, tidak terikat 5W+1H karena bisa dimulai dengan kronologi atau suatu poin dalam peristiwa yang dianggap menarik. Bisa saja menggunakan sebuah anekdot atau kisah yang diketahui banyak orang.

g) Konten Peristiwa

Perbedaan selanjutnya terletak pada konten yang diberitakan. Informasi yang disampaikan dalam *hard news* lebih ke unsur ‘mengapa’, sedangkan *feature* terletak pada unsur ‘bagaimana’ sebuah peristiwa dapat terjadi. Maka dari itu, *feature* memberi penjelasan rinci tentang bagaimana sebuah peristiwa terjadi untuk memenuhi kebutuhan pembaca dalam memahami tulisan. Misalnya ada berita orang hilang, *hard news* mengajak pembaca untuk mengetahui berita tersebut, namun pada *feature*, pembaca akan diajak untuk menelusuri latar belakang orang yang hilang dan lain sebagainya.

C. Media Online Sebagai Platform Jurnalistik

Informasi yang disediakan di media *online* tanpa dibatasi dengan ruang atau halaman seperti pada TV dan Radio. Namun, media konvensional dengan adanya internet juga berkembang. Hal ini berkaitan dengan konvergensi media. Maka, media konvensional juga pada akhirnya, beberapa memiliki media *online*. Media *online* dapat memuat berbagai macam komponen di dalamnya, seperti teks, audio, sampai dengan gambarnya meskipun dengan tampil secara bersamaan.⁵

Dalam hal ini, di media *online* *audiens* dapat memperoleh informasi tanpa harus merasa tersiksa karena tuntutan konsentrasi.

⁵ Asep Syamsul M. Romli, ‘Jurnalistik Online’, (Nuansa Cendekia, Bandung, 2012), hal. 33.

Mereka juga dapat berkomentar terhadap berita dalam media *online*. Dapat mengoreksi, memuji, atau bahkan sampai mengkritiknya.

Saat ini, praktik jurnalisme tidak pernah bisa dipisahkan dari perkembangan teknologi yang ada. Karena pada akhirnya teknologi memengaruhi jurnalisme. Saat internet muncul, hal itu jelas membawa pembaharuan bagi jurnalisme, yaitu jurnalisme *online*. Kehadiran internet memungkinkan para jurnalis untuk membawa pembaca atau *audiens* ke panggung berita melalui *audio*, *video*, dan juga laporan secara langsung atau reportase.⁶

1. Jurnalistik *Online*

Jurnalistik *Online* dapat disebut sebagai *cyber journalism*, jurnalistik web, atau juga jurnalistik internet. Dalam dunia jurnalistik, hal ini merupakan generasi baru setelah adanya jurnalistik konvensional, atau dapat juga disebut jurnalistik lama. Dalam pengertiannya, jurnalistik diartikan sebagai proses peliputan, penulisan, sampai penyebarluasan melalui media massa. Sedangkan *online* adalah keadaan ketersambungan yang mengacu pada internet. Dalam hal ini informasi dapat diakses kapan saja dan di mana saja asalkan tersambung dengan internet.⁷

Interconnection-networking (internet) itu sendiri merupakan jaringan antar koneksi yang dipahami dalam sistem jaringan komputer yang saling terhubung dan dapat diakses di komputer orang lain. Adanya internet ini yang akhirnya menghasilkan media yang dikenal sebagai media *online*, terutama *website*.⁸

Website merupakan halaman yang di dalamnya ada konten, termasuk teks, video, audio maupun berupa gambar. Dapat diakses oleh siapapun melalui internet, tentunya menggunakan komputer atau dengan gadget. Dari pengertian tersebut, maka jurnalistik *online* merupakan proses penyampaian informasi melalui media

⁶ Ibid.

⁷ *Op. Cit.*, M. Romli, hal. 16.

⁸ Ibid.

internet, yang terutama itu adalah *website* atau situs. Hal ini merupakan hal baru bagi dunia media. Jurnalisme *online* merupakan tipe baru jurnalistik karena sejumlah fitur dan karakteristik berbeda dari jurnalisme konvensional. Menawarkan teknologi yang memungkinkan tidak terbatasnya dalam memproses dan *share* berita. Ini disebut sebagai *contextualized journalism* karena ada multimedia, interaktif dan hipertekstual.⁹

2. Karakteristik Jurnalistik *Online*

Karakteristik jurnalistik *online* yang membedakannya dengan media lama atau konvensional adalah sebagai berikut:

- a) Kesegaran atau kecepatan penyampaian informasi. Artinya, dalam jurnalistik *online* bisa memosting sekaligus atau sewaktu-waktu dapat memosting berita.
- b) Dapat berupa ratusan halaman yang terkait satu sama lain dan juga bisa dibuka sendiri-sendiri (*new tab/ new window*)
- c) Dapat menyajikan gabungan dari teks, gambar, audio, video sekaligus.
- d) Jurnalis dapat menulis berita kapan saja dan di mana saja, atau bahkan di atas tempat tidur sekalipun.
- e) Dapat diarsipkan, dikelompokkan berdasarkan kategori atau kata kunci, data diakses siapapun.
- f) Dapat interaksi dengan pembaca langsung melalui kolom komentar dan lain-lain.

3. Jurnalistik Masa Depan

Sifat yang menggabungkan teks, gambar, video, bahkan audio sekaligus (multimedia) menjadikan jurnalistik *online* sebagai jurnalistik masa depan. Jurnalis tidak berpaku hanya pada

⁹ Christiany Juditha, 'Akurasi Berita dalam Jurnalisme *Online* (Kasus Dugaan Korupsi Mahkamah Konstitusi di Portal Berita Detiknews)', *Jurnal Pekommas*, Vol. 16 No. 3 (2013), hal. 147.

Menyusun teks berita, tetapi juga menampilkan foto, melengkapi dengan teks, gambar, atau bahkan audio.

Dengan ini, maka tidak ada lagi istilah berita tidak bisa dipublikasikan atau hanya menjadi arsip tulisan. Hal tersebut karena jika media tempat bekerja menolak untuk memosting berita jurnalis, maka dapat dimuat dalam blog atau jejaring sosial. Tidak hanya itu, saat ini masyarakat tidak hanya bergantung ke media konvensional untuk dapat mengikti perkembangan dunia, melainkan dari berbagai media yang tersambung dengan internet.

Budaya Internet semakin kuat di kalangan masyarakat berkat kehadiran situs-situs "mesin pencari" (*search engine*), seperti Google dan Yahoo. Dengan hanya mengetikkan kata kunci di situs mesin pencari itu, pengguna di seluruh dunia dapat mengakses berbagai informasi. Hal ini tentu saja dapat dimanfaatkan jurnails untuk menyisir informasi yang tersebar di dunia maya. Perangkat lunak dan aplikasi digital yang semakin canggih memungkinkan jurnalis untuk mengumpulkan, mengolah, dan menganalisis data dalam jumlah besar. Dengan adanya hal seperti ini dapat memberikan keuntungan jurnalis dalam menyusun laporan yang berbasis data.¹⁰

Di era sekarang, perkembangan dalam dunia digital juga semakin pesat, sampai hadirnya kecerdasan buatan atau *Artificial Intelegent* (AI). AI muncul dari seseorang bernama John McCarthy yang adalah seorang profesor dari Massachusetts Institute of Technology tahun 1956.¹¹ AI adalah teknik dalam dunia digital untuk meniru kecerdasan makhluk hidup termasuk manusia maupun juga benda mati dalam penyelesaian sebuah persoalan. Banyak AI yang sudah dikenal oleh masyarakat sekarang, seperti

¹⁰ Reza Nur Fadila, Miftah Aulia Rahma, Tn Trisnawati dkk, 'Media, Komunikasi dan Jurnalistik di Era Digital', (PT. Penerbit Qriset Indonesia, Banjarnegara, 2024) hal. 71.

¹¹ I Gede Raditya, '*Sejarah Artificial Intelligence (AI) Dan Fungsi Dalam Kehidupan Sehari Hari*', Makalah, Teknik Informatika, Universitas Palangka Raya, 2023, hal. 2.

Chat GPT, DeepSeek, Gemini, Quillbot, Balckbox, dan lain sebagainya.¹²

D. Teori Manajemen Strategi

Dalam bab ini akan disajikan konsep operasional yang kemudian akan menjadi tolak ukur dalam penelitian teoritis yang memuat teori dengan tujuannya yaitu untuk dapat memudahkan dalam menjawab secara teori dan juga memudahkan pelaksanaan penelitian.

Manajemen berasal dari bahasa latin, yaitu *Manus* yang berarti tangan. Lalu kata *management* (bahasa Inggris) memiliki arti mengurus atau tata laksana. Dari arti tersebut, manajemen dapat diartikan sebagai cara mengatur, memimpin, membimbing semua yang menjadi pembantunya agar usaha yang digarap dapat mencapai tujuan yang telah ditetapkan sebelumnya.¹³

Pengertian manajemen itu sendiri berbeda-beda dari setiap ahli, yaitu sebagai berikut:

- a. Menurut Haiman: Manajemen merupakan fungsi yang digunakan untuk mencapai sesuatu melalui kegiatan orang lain dan mengawasi usahanya untuk dapat mencapai tujuan bersama.
- b. Menurut George R. Terry: Manajemen merupakan pencapaian tujuan yang ditetapkan lebih dahulu dengan menggunakan kegiatan orang lain.
- c. Menurut Mary Parker Follet: Manajemen merupakan seni, yang setiap pekerjaannya dapat diselesaikan oleh oleh atau dengan orang lain.
- d. Menurut Stoner: Manajemen merupakan proses dalam pembuatan rencana, pengorganisasian, pengendalian dan juga memimpin berbagai usaha dari anggota entitas atau

¹² Abu Ahmad, 'Mengenal Artificial Intelligence, Machine Learning, Neural Network, dan Deep Learning', *Jurnal Teknologi Indonesia*, 2017, hal. 2.

¹³ Mimin Yatminiwati, 'Manajemen Strategi Buku Ajar Perkuliahan Bagi Mahasiswa' (Widya Gama Press, Lumajang, 2019) hal. 2.

organisasi dan juga menggunakan sumber daya yang dimiliki untuk dapat mencapai tujuan yang ditetapkan.

- e. Menurut Richard L. Daft: Manajemen merupakan pencapaian tujuan organisasi dengan cara yang efektif dan juga efisien lewat perencanaan, pengorganisasian, dan juga mengendalikan sumber daya dalam organisasi atau perusahaan.¹⁴

Dari beberapa pengertian manajemen menurut para ahli tersebut, dapat disimpulkan bahwa manajemen adalah proses merencanakan sesuatu untuk dapat melaksanakan sesuatu sesuai dengan apa yang direncanakan sebelumnya.

Secara umum, strategi merupakan proses penentuan yang fokusnya pada tujuan jangka panjang organisasi, disertai penyusunan cara agar tujuan tersebut bisa tercapai.¹⁵

Kemudian manajemen strategi menurut Fred R David adalah seni dan ilmu dalam memformulasikan, mengimplementasikan, dan mengevaluasi keputusan-keputusan lintas fungsi atau *cross functional* yang memungkinkan organisasi mencapai tujuan.¹⁶ Dalam teori tersebut ada tiga tahapan, yaitu sebagai berikut:

b. Perencanaan Strategi

Perencanaan strategi adalah tahapan yang pertama dari manajemen strategi. Di dalam tahap ini, para manajer (orang yang *manage*) harus memikirkan secara matang terkait kesempatan dan juga ancaman dari luar dan dapat menetapkan kekuatan dan juga kekurangan dari dalam perusahaan dan memilih strategi yang akan dilaksanakan.

c. Pelaksanaan Strategi

¹⁴ Elvis M. C. Lumingkewas, 'Ilmu Dan Seni Mengatur Organisasi', *Konsep Dasar Manajemen: Ilmu Dan Seni Mengatur Organisasi* (Tahta Media Group, Sukoharjo, 2019), hal. 2.

¹⁵ *Op. Cit*, Yatminiwati, hal. 3.

¹⁶ *Op. Cit*, Yatminiwati, hal. 4.

Pelaksanaan strategi adalah tahapan yang dilakukan setelah perencanaan strategi. Di tahap ini yaitu melaksanakan strategi yang telah dibuat oleh tim atau orang-orang yang berkaitan dengan strategi. Pelaksanaannya berupa menerapkan secara langsung dari strategi yang telah direncanakan.

d. Evaluasi Strategi

Dalam tahap evaluasi ini adalah tahapan terakhir yang dilakukan dan diperlukan. Di tahap ini, dapat mengukur keberhasilan yang telah dicapai dan juga dapat mengukur kembali penetapan tujuan berikutnya dengan bercermin pada pelaksanaan strategi yang telah dilakukan.¹⁷

E. Relevansi Teori Manajemen Strategi dengan Penelitian

Penelitian ini menggunakan teori manajemen strategi Fred R. David karena dalam teorinya ada kerangka kerja yang sistematis dan menyeluruh untuk memahami proses strategis dalam organisasi media, termasuk dalam peliputan berita *feature*. Di dalam teori tersebut terdapat tiga unsur penting, yaitu perencanaan, implementasi, dan juga evaluasi. Dalam konteks peliputan berita *feature* teori ini menjadi alat analisis terkait memahami perancangan liputan, proses pelaksanaannya, sampai dengan penilaian pelaksanaannya di dalam redaksi Kediriipedia.

Maka, dengan demikian teori manajemen strategi menjadi dasar yang berkaitan untuk dapat menilai sejauh mana strategi peliputan *feature* oleh tim redaksi Kediriipedia efektif dalam membangun media *online* Kediriipedia.

F. Kerangka Pemikiran

Kerangka pemikiran merupakan dasar logis yang menunjukkan hubungan antara teori yang digunakan dengan fokus penelitian.

¹⁷ Endi Dwi Setyo, '*Strategi Wartawan Legislatif Dalam Peliputan Berita Di Dprd Pekanbaru*' (skripsi), Prodi Ilmu Komunikasi Fakultas Dakwah Dan Komunikasi Universitas Islam Negeri Sultansyarif Kasim Riau, 2023, hal. 21.

Kerangka berfikir adalah perpaduan antara asumsi teoritis dan asumsi logika dalam menjelaskan variabel yang diteliti. Maka, dalam penelitian ini kerangka pemikiran disusun berdasarkan teori manajemen strategi yang dijadikan sebagai alat analisis dalam strategi peliputan *feature* KediriPedia. Kerangka pemikiran dalam penelitian ini sebagai berikut:

- a. Media *online* KediriPedia menulis berita *feature*.
- b. Untuk menulis *feature* tentu memiliki strategi dalam proses peliputannya.
- c. Dalam proses tersebut tentu juga memiliki tantangan yang harus dihadapi.
- d. Strategi dalam peliputan *feature* tersebut dianalisis menggunakan teori manajemen strategi dari Fred R. David.
- e. Hasil analisis akan menunjukkan seberapa strategis peliputan berita *feature* yang ada di KediriPedia.