

BAB II

LANDASAN TEORI

A. Komunikasi Massa

1. Pengertian Komunikasi Massa

Media *online* juga termasuk dalam komunikasi massa. Komunikasi massa berasal dari istilah bahasa Inggris yakni *mass communication*. Istilah tersebut kependekan dari *mass media communication*. Artinya komunikasi yang *mass mediated*. *Mass communication* diartikan sebagai salurannya, yakni media massa. Massa artinya orang banyak yang tersebar dalam berbagai lokasi serta dalam waktu yang hampir bersamaan dalam memperoleh suatu informasi atau pesan-pesan komunikasi.²⁰

Definisi komunikasi Menurut beberapa ahli yakni: menurut Bittner, komunikasi massa ialah pesan yang dikomunikasikan melalui media massa pada sejumlah besar orang. Definisi komunikasi massa menurut Gebner ialah komunikasi massa itu menghasilkan sebuah produk yang berupa pesan komunikasi serta di distribusikan kepada khalayak luas secara terus menerus dalam jangka waktu tetap, seperti: harian, mingguan, serta bulanan. Dalam proses penyaluran pesan komunikasi ini tidak dapat dilakukan oleh perorangan. Namun harus dilakukan oleh lembaga serta membutuhkan teknologi tertentu.

²⁰ Novianti, *Teori Komunikasi Umum Dan Aplikasinya*, Hal.110.

2. Ciri-Ciri Komunikasi Massa

Adapun ciri-ciri komunikasi massa yakni dalam penyalurannya kepada khalayak menggunakan media. Seperti media cetak, media massa, dan audio visual. Adapun ciri-ciri komunikasi massa sebagai berikut:

a. Pesan bersifat umum

Dalam hal ini sifat komunikasi massa ialah terbuka, yang artinya komunikasi massa ditujukan oleh semua orang dan tidak di tujukan oleh perorangan tertentu saja. Karenanya komunikasi massa bersifat umum.

b. Komunikannya anonim dan heterogen.

Pada komunikasi massa tidak mengenal komunikannya(anonim), karena dalam proses komunikasinya tidak tatap muka langsung serta menggunakan media. Selain anonim komunikasi massa ialah *heterogeny*, karena terdiri dari berbagai lapisan masyarakat yang berbeda.

c. Media massa menimbulkan keserempakan.

Jumlah sasaran khalayak komunikasi massa sangat banyak dan tidak terbatas jika dibandingkan dengan jenis komunikasi lainnya.

d. Komunikator dalam komunikasi massa melembaga.

Artinya komunikator dalam komunikasi massa ialah kumpulan dari suatu individu yang bekerja dalam suatu lembaga serta bukan perseorangan. Audiens dalam komunikasi massa bersifat heterogen, berisi individe-individu yang tidak saling mengenal satu sama lain, dan tidak mempunyai kepemimpinan atau organisasi yang formal.

- e. Komunikasi massa membutuhkan peralatan teknis.

Dalam pengolahan atau produksinya komunikasi massa membutuhkan peralatan teknis agar pesan dapat tersampaikan kepada khalayaknya. Peralatan teknis tersebut misalnya pemancar media elektronik mekanik dan elektronik.

- f. Komunikasi massa dikontrol oleh *gatekeeper*.

Gatekeeper disini ialah orang yang berperan dalam penyebaran informasi melalui media massa dalam hal mengurangi, menyederhanakan, dan mengemas informasi agar nantinya mudah dipahami oleh khalayak.

- g. Komunikasi bersifat satu arah.

Komunikasi yang berlangsung dari satu pihak saja. Komunikan tidak dapat melakukan umpan balik atau *feedback* informasi dari komunikator.²¹ Jadi pihak sumber ialah satu satunya yang aktif dalam proses komunikasi.

3. Karakteristik Komunikasi Massa

Karakteristik komunikasi massa banyak dikemukakan oleh para ahli atau tokoh komunikasi. Salah satunya yakni Thompson dan Dominick. Karakteristik komunikasi massa ,enurut Thompson meliputi:

- a. Perluasan ketersediaan benda-benda simbolis dala ruang dan waktu.
- b. Secara umum benda-benda simbolis di produksi terlembaga dan difusi.

Artinya didalamnya terdapat penyesuaian antara benda-benda simbolis

²¹ Evi Novianti, *Teori Komunikasi Umum Dan Aplikasinya* (Yogyakarta: CV. Andi Offset, 2019).

dengan benda-benda fisik yang akan menyimpannya. Contohnya: pita kaset, kertas, dan lain sebagainya. *Reproducible* dan komodifikasi.

- c. Pemisahan antara penerimaan benda-benda simbolis termediasi melalui media teknis dengan produksi. Serta tidak dapat dikontrol oleh khalayak (*indeterminacy*).
- d. Peredaran umum benda-benda simbolis.

Sedangkan karakteristik komunikasi massa Menurut Dominick, meliputi:

1. Banyak melalui tahapan *encoding* dan *decoding*.
2. Pesan publik bisa dengan mudahnya terputus, harganya mahal, dan format pesan yang sama untuk setiap orang. Maka dari itu perlu adanya standarisasi format.
3. Sumber organisasi atau orang yang mempunyai pengetahuan terbatas terhadap penerima pesan.
4. Jangkauan khalayaknya besar, tidak ada kehadiran secara langsung atau fisik.

B. Pengertian Jurnalisme *Online*

Jurnalisme *online* merupakan generasi baru dari jurnalistik setelah jurnalisme konvensional dan jurnalisme penyiaran. Jurnalisme *online* disebut juga jurnalistik internet, *cyber journalism*, dan *web journalism*. Pengertian dari jurnalisme sendiri ialah suatu proses menulis, meliput, dan menyebarkan informasi kepada khalayak secara aktual melalui media massa. Jadi, dapat

disimpulkan jika pengertian jurnalisme sendiri ialah memberitakan sebuah peristiwa.²²

Selanjutnya, pengertian *online* ialah suatu keadaan ketersambungan dengan jaringan internet. Menurut bahasa internet, *online* adalah dapat diakses dimana saja dan kapan saja selama terdapat koneksi internet. Internet merupakan suatu sistem yang saling terhubung antar jaringan komputer. Melalui jaringan internet orang lain dapat mengakses apapun dari komputer lain. Hasil dari jaringan internet sendiri yakni terdapat dalam media *online* yakni *website* salah satunya. Kepanjangan dari internet ialah *interconnection-networking*.

Konten media yang halaman di dalamnya meliputi gambar, teks, audio, video di sebut dengan *website*. Website biasanya diakses dengan alamat internet URL (*Uniform Resource Locator*) dan menggunakan *www* (*World Wide Web*) atau *http://* (*Hypertext Transfer Protocol*) sebagai awalan.²³

Pengertian dari ketiga kata di atas, definisi dari jurnalisme *online* dapat disimpulkan yakni suatu proses penyampaian informasi melalui jaringan internet, *website* utamanya.

C. Akurasi Pemberitaan

Akurasi pemberitaan merupakan ketepatan wartawan dalam menulis dan menyampaikan pemberitaan kepada khalayak. Dalam hal ini, akurasi ialah sebuah bentuk tanggung jawab dari seorang jurnalis. Karena, ketidakakuratan sebuah pemberitaan dapat berakibat fatal dalam pemahaman isi berita serta dapat

²² Engelbertus Wendratama, *Jurnalisme Online: Panduan Membuat Konten Online Yang Berkualitas Dan Menarik* (Yogyakarta: PT Bentang Pustaka, 2017).

²³ Romli.Hal.16

menimbulkan opini atau persepsi para pembacanya.²⁴ Wartawan yang menulis berita yang tidak akurat juga dapat diadukan ke pihak berwajib, karena adanya pihak luar yang merasa di rugikan oleh kekeliruan penulisan atau informasi tersebut.²⁵

Pada prinsip kecepatan, para reporter dan editor mampu bekerja dengan cepat. Namun, prinsip tersebut harus diimbangi dengan ketepatan, kelengkapan, dan ketelitian dalam menulis atau melaporkan berita. Sehingga berita yang dilaporkan akurat dan benar dengan kejadian yang sebenarnya.²⁶

Menurut penelitian yang dilakukan oleh Dewan Pers pada tahun 2004, kategori dalam menentukan suatu berita akurat atau tidaknya meliputi:

1. Verifikasi Fakta

Verifikasi fakta dapat dilakukan dengan Cek dan Ricek atau mengecek kembali bagaimana peristiwa atau kejadian yang sebenarnya.

2. Relevansi Sumber Berita

Dalam pengumpulan data, wartawan harus memperhatikan relevansi sumber berita, karena jika sumber berita tidak jelas dan tidak sesuai dengan kejadian yang sebenarnya. Maka akan terjadi ketidaksesuaian data mengenai kejadian yang sebenarnya.

3. Akurasi Penyajian Berita

Dalam suatu pemberitaan penyajian data pemberitaan harus sesuai dengan fakta yang ada, tidak di kurangi maupun dilebih-lebihkan.

Penyajian berita sendiri meliputi: Kesesuaian judul dengan isi,

²⁴ Dewabrata.Hal. 101

²⁵ Rachmat Kriyantono, *Riset Komunikasi* (Jakarta: Kencana, 2014).

²⁶ AS Haris Sumadiria, *Jurnalistik Indonesia: Menulis Berita Dan Feature* (Simbiosis Rekatama Media, 2006).

kesesuaian Foto dengan isi, dan sumber serta pernyataan berita sesuai dengan fakta yang sebenarnya terjadi.²⁷

Berita Menurut Kamus Besar Bahasa Indonesia (KBBI) adalah cerita atau keterangan mengenai peristiwa atau kejadian yang hangat.

Unsur-unsur penting dalam sebuah berita meliputi:

- a. Merupakan suatu laporan atau keterangan.
- b. Peristiwa itu sifatnya terbaru.
- c. Laporan berisi tentang peristiwa atau kejadian.

Bahasa yang digunakan dalam berita ialah singkat, padat, jelas, lugas, dan menarik. Kalimat yang digunakan merupakan kalimat yang mudah dimengerti dan dipahami pembaca. Sedangkan corak berita yang baik ialah berita yang ringkas, berisi, jelas, padat, dan akurat. Etika dalam berita ialah tidak terdapat opini didalamnya, objektif, berimbang, mengutamakan kepentingan umum, dan bertanggung jawab.²⁸

D. Verifikasi Fakta

Dalam dunia jurnanisme, verifikasi fakta sangat dibutuhkan mengingat verifikasi fakta ialah jantung dari jurnanisme itu sendiri. Apabila dalam suatu karya jurnanisme verifikasi fakta hilang atau tidak ada. Maka dapat dipastikan tujuan dan orientasi pemberitaan tersebut tidak mengedepankan kejujuran serta kebenaran.

²⁷ Christiany Juditha, 'Akurasi Berita Dalam Jurnalisme *Online* (Kasus Dugaan Korupsi Mahkamah Konstitusi Di Portal Berita Detiknews)', *Jurnal Pekommas*, 16.3 (2013), 145–54 <<https://media.neliti.com/media/publications/222363-akurasi-berita-dalam-jurnalisme-online-k.pdf>>.

²⁸ Imam Suhirman, *Menjadi Jurnalis Masa Depan* (Dimensi Publisher, 2006).

Menurut Kovach dan Rosenstiel, prinsip dan elemen utama dari jurnalisme ialah sebuah metode untuk mencapai atau mendapatkan suatu kebenaran.²⁹ Jika dalam sebuah jurnalisme verifikasi fakta tidak akurat, maka dapat dipastikan pemberitaan tersebut tidak berkualitas dan dapat menimbulkan prasangka.

Seorang jurnalis harus memegang teguh sebuah kebenaran. Karena, hal tersebut merupakan kewajiban seorang jurnalis yang harus dituangkan dalam suatu pemberitaan. Jurnalis ialah pencari dan penyaji sebuah kebenaran. Maka dari itu, verifikasi fakta ialah sebuah kewajiban dan tanggung jawab jurnalis sebagai bentuk profesionalitas. Pemaparan fakta dan transparansi sumber harus dijalankan oleh seorang jurnalis, agar khalayak dapat menilai sebuah kebenaran dari suatu informasi atau pemberitaan.³⁰

E. Saksi TKP

Berdasarkan KBBI (Kamus Besar Bahasa Indonesia), saksi ialah orang yang melihat atau mengetahui sendiri suatu kejadian (peristiwa). Sedangkan pengertian saksi Menurut Undang-Undang No.08 Tahun 1981 Pasal 1 Ayat 26 mengenai Hukum Acara Pidana (KUHP) yaitu:

Saksi adalah orang yang memberikan pernyataan guna penyelidikan, penuntutan, dan peradilan tentang suatu perkara pidana yang ia dengar sendiri, ia lihat sendiri, dan ia alami sendiri.

Dalam kedua pengertian di atas dapat di simpulkam bahwa, saksi TKP ialah seseorang yang dapat memberikan pernyataan guna kepentingan

²⁹ Sabil Dudi Iskandar, *Mitos Jurnalisme* (Yogyakarta: C.V Andi Offset, 2016).

³⁰ Febri Nuurrahmi, *Jurnalisme Kontemporer: Etika Dan Bisnis Dalam Jurnalisme* (Aceh: Syiah Kuala University Press, 2021).

penyelidikan, penyidikan, penuntutan, dan peradilan mengenai suatu perkara atau peristiwa yang ia alami, lihat, dan dengar sendiri di TKP (Tempat Kejadian Perkara).³¹

F. *New Media*

New media ialah suatu sebutan yang digunakan untuk jenis media yang berbeda dari media sebelumnya, seperti media cetak dan lain sebagainya. Dalam media baru ini dalam yang paling utama dalam pendistribusian pesan kepada khalayak ialah menggunakan jaringan internet. Internet ialah sebuah jaringan komputer yang beroperasi berdasarkan protokol tertentu yang telah disepakati bersama serta keberadaannya ada diseluruh dunia. Proses digitalisasi dari adanya perkembangan sains dan teknologi yang akhirnya menghasilkan yang namanya media baru atau *new media*.

Pada masa media baru ini semuanya menjadi ringkas dan masyarakat dapat mengaksesnya dengan begitu mudah di mana saja dan kapan saja. Pada media lama seperti media cetak dalam penyebaran informasinya kurang adanya interaksi, maka sebaliknya media baru lebih interaktif dan menciptakan sebuah pemahaman baru mengenai komunikasi pribadi.³²

Menurut McQuail dalam bukunya teori komunikasi massa, prinsip *New Media* adalah keterkaitan atau saling berhubungan, akses mereka kepada khalayak individu sebagai penerima dan pengirim pesan. Tujuan yang beragam dengan karakter *universal*, serta sifatnya ada dimana-mana. Dennis McQuail juga menyatakan bahwasannya adanya keterhubungan antara khalayak

³¹ Extrix Mangkeprijanto, *Pidana Umum Dan Pidana Khusus Serta Keterlibatan Undang-Undang Perlindungan Saksi Dan Korban* (Guepedia, 2019).

³² Denis McQuail, *McQuail Mass Communication* (Singapore: Sage Publication Asia-Pasific, 2010).

individu sebagai pengirim dan penerima pesan merupakan ciri dari *New Media* atau media baru itu sendiri.³³

Pengertian *New Media* Menurut McQuail ialah berbagai perangkat teknologi komunikasi yang berbagi ciri yang sama, yang mana selain baru dimungkinkan dengan digitalisasi serta ketersediannya yang luas untuk pengguna pribadi sebagai alat komunikasi.

Ciri- ciri dari media baru adalah :

1. Interkonektivitas, yakni adanya akses terhadap khalayak individu.
2. Interaktivitas, yakni adanya kegunaan berbagai macam jenis manusia.

Interkonektivitas maksudnya disini ialah adanya hubungan perangkat, yakni antara perangkat satu dengan yang lainnya saling terhubung. Sedangkan interaktivitas artinya antara pengguna satu dengan pengguna lainnya, dalam media baru ini ada peluang bahwasannya mereka dapat saling berhubungan serta berinteraksi.³⁴McQuail mengidentifikasi kategori utama media baru atau *new media* yaitu:

1. Media komunikasi antar pribadi.

Umumnya konten yang sifatnya pribadi, mudah dihapus, hubungan yang tercipta, dan dikuatkan lebih penting daripada informasi yang disampaikan. Hal tersebut meliputi surat elektronik dan telepon.

2. Media pencarian informasi.

Kategorinya yang luas, internet merupakan contoh yang paling penting, dianggap sebagai perpustakaan dan sumber data yang ukuran, aktual

³³ McQuail.Hal. 89

³⁴ Yusrin Ahmad Tosepu, *Media Baru Dalam Komunikasi Politik (Komunikasi Politik Di Dunia Virtual)* (Surabaya: CV. Jakad Publishing, 2018).

dan aksesibilitasnya belum pernah ada sebelumnya. Mesin pencarian sangat penting sebagai alat dalam mencari sebuah informasi bagi pengguna internet.

3. Media permainan interaktif.

Dalam hal ini media utamanya berbasis komputer dan video game, peralatan yang digunakannya yakni realitas virtual. Letak inovasi utamanya ialah interaksi dan kepuasan proses serta penggunaan para penggunanya.

4. Media partisipasi kolektif.

Kategorinya khusus meliputi berbagi dan bertukar informasi dalam hal penggunaan internet, gagasan dan pengalaman, dan hubungan pribadi yang aktif serta diperantarai oleh komputer.

G. Teori Kredibilitas Media Flanagin dan Metzger

Kredibilitas media adalah tingkat kepercayaan publik terhadap media. Ketika sebuah pemberitaan akurat, maka dapat dipastikan media tersebut kredibel atau dapat dipercaya. Kredibilitas media Menurut konsep multidimensial Flanagin dan Metzger terdapat empat kategori dimensi yaitu: Dimensi *believability*, dimensi *accuracy*, dimensi bias, dan dimensi *completeness*.

1. Dimensi *Believability*

Dimensi *believability* (dapat dipercaya) artinya dalam pemberitaan harus tersaji secara obyektif dan transparansi. Dalam isi pemberitaan tidak boleh terdapat opini pribadi dari wartawan atau penulis berita. Pada dimensi ini, membuktikan berita tersebut dapat dipercaya atau tidak.

2. Dimensi *Accuracy*

Dimensi *accuracy* (keakuratan) artinya melihat apakah berita yang disajikan sesuai dengan fakta yang ada atau tidak. Seorang wartawan harus

berhati-hati dalam menulis berita, karena kesalahan penulisan dan tidak akuratnya isi berita akan berakibat fatal. Akurat disini berarti harus akurat antara judul dengan isi berita, sumber berita akurat, foto yang disajikan sesuai dengan isi, dan tidak terdapat kesalahan penulisan. Informasi yang belum pasti kebenarannya, harus dilakukan pengecekan (cek dan ricek) serta verifikasi agar dapat diketahui kebenarannya.

3. Dimensi Bias

Berita yang disajikan harus seimbang, artinya tidak memihak salah satu pihak. Jika suatu berita memihak pada salah satu pihak maka akan menimbulkan keresahan dalam masyarakat serta berpotensi menimbulkan perpecahan. Berimbang (*balance*) atau *cover both side*. Sebuah berita tidak boleh memihak, seimbang, lengkap dan komprehensif

4. Dimensi *Completeness*

Dalam praktik jurnalistik para pakar memberikan pedoman dalam menulis berita dengan menggunakan formula (rumusan) 5W+1H. Pedoman ini juga sebagai syarat kelengkapan sebuah berita. Kelengkapan ini pertama kali diperkenalkan oleh kantor 02 Berita *Associated Press* (AP) atau gaya penulisan berita AP. Berikut ringkasan dari formula tersebut :

- a. *Who* (siapa), artinya dalam isi berita harus mengandung unsur siapa yang biasanya merujuk pada subjek, kelompok, individu, atau lembaga pada isi pemberitaan untuk mengetahui sumber berita.
- b. *What* (apa), artinya pada isi berita *what* atau apa digunakan untuk mengetahui apa yang dikatakan dalam isi berita. *What* disini juga

digunakan untuk mencari tahu topik pembahasan dalam berita. Dalam berita unsur berita *What* ini merujuk pada apa yang sedang terjadi.

- c. *Where* (dimana), artinya merujuk pada tempat kejadian atau dimana berita itu terjadi.
- d. *When* (kapan), artinya kapan waktu kejadian atau peristiwa dalam berita.
- e. *Why* (mengapa), artinya merujuk pada alasan atau sebab peristiwa itu terjadi dalam berita. Dalam suatu kejadian atau peristiwa pasti terdapat sebab atau alasan peristiwa itu dapat terjadi.
- f. *How*(bagaimana), artinya bagaimana terjadinya,proses, dan keadaan suatu peristiwa atau kejadian yang sebenarnya.