

BAB II

LANDASAN KONSEPTUAL

2.1 Penelitian Terdahulu

Penelitian ini mengacu pada beberapa penelitian terdahulu yang relevan untuk memberikan gambaran mengenai topik yang diteliti:

1. Penelitian yang dilakukan oleh Devy Indriyana Putri, Dadan Suherdiana, dan Dono Sardono (2023) dengan judul skripsi **“Penerapan Prinsip Jurnalistik Bill Kovach Pada Media Komunitas”**. Penelitian ini menelaah bagaimana media online komunitas Urbancikarang menerapkan sembilan elemen jurnalisme Bill Kovach & Tom Rosenstiel. Penelitian ini menggunakan pendekatan fenomenologi dengan wawancara mendalam terhadap praktisi media dan analisis produk jurnalistiknya. Hasilnya menunjukkan bahwa Urbancikarang telah mengimplementasikan prinsip-prinsip jurnalisme Kovach secara menyeluruh, termasuk elemen penting sebagai forum kritik publik yang memungkinkan masyarakat mengungkapkan kritik serta opini terhadap isu-isu lokal.
2. Penelitian kedua yang dilakukan oleh Fianto, Ghofur, dan Qorib (2023) dengan judul skripsi **“Penerapan Sembilan Elemen Jurnalisme di Media Online Nusadaily”**. Penelitian ini melakukan analisis pada media online Nusadaily.com dengan tujuan menilai sejauh mana penerapan sembilan elemen jurnalisme Kovach & Rosenstiel dalam praktik pemberitaan

mereka. Dengan menggunakan metode kualitatif deskriptif, penelitian ini menemukan bahwa sebagian besar prinsip-prinsip jurnalistik telah diterapkan, meskipun terdapat beberapa kelemahan pada aspek verifikasi dan keberimbangan narasumber. Penelitian ini juga menekankan pentingnya fungsi media dalam memberikan ruang kepada publik untuk menyampaikan kritik dan aspirasi.

Penelitian ini memiliki beberapa perbedaan yang cukup jelas dibandingkan dengan dua penelitian terdahulu diatas, baik dari sisi objek, fokus kajian, pendekatan, maupun konteks isu yang diangkat.

1. Perbedaan dengan penelitian Devy Indriyana Putri, Dadan Suherdiana, dan Dono Sardono (2023)

Penelitian mereka berjudul “Penerapan Prinsip Jurnalistik Bill Kovach Pada Media Komunitas” yang menelaah penerapan sembilan elemen jurnalisme Kovach & Rosenstiel pada media komunitas Urbancikarang. Penelitian tersebut menggunakan pendekatan fenomenologi dengan fokus utama pada pengalaman subjektif praktisi media melalui wawancara mendalam, serta analisis produk jurnalistik secara umum.

Sementara itu, penelitian ini berbeda karena:

- Objek yang dikaji adalah pemberitaan khusus tentang pembangunan Geothermal di Poco Leok pada portal Floresa.co, bukan media komunitas secara umum.
- Pendekatan yang digunakan berupa analisis isi terhadap teks berita, bukan wawancara mendalam terhadap praktisi media.

- Fokus isu penelitian ini secara spesifik pada pemberitaan pembangunan daerah yang berpotensi memicu konflik kepentingan, sehingga relevan untuk menguji fungsi jurnalisme sebagai pemantau kekuasaan dan forum kritik publik.

2. Perbedaan dengan penelitian Fianto, Ghofur, dan Qorib (2023)

Penelitian mereka berjudul “Penerapan Sembilan Elemen Jurnalisme di Media Online Nusadaily” yang menggunakan metode kualitatif deskriptif untuk menilai sejauh mana penerapan sembilan elemen Kovach & Rosenstiel pada pemberitaan di Nusadaily.com secara umum, tanpa fokus pada isu tertentu. Penelitian ini menekankan pentingnya ruang publik untuk menyampaikan kritik, namun tidak mengkaitkan secara khusus dengan isu pembangunan.

Berbeda dengan penelitian ini, perbedaan terletak pada:

- Fokus penelitian ini adalah pada isu spesifik pembangunan Geothermal di Poco Leok yang memiliki kepentingan publik tinggi dan berpotensi konflik, sehingga penerapan elemen jurnalisme diuji dalam konteks pemberitaan pembangunan.
- Objek penelitiannya adalah portal lokal Flores.co yang secara geografis dan sosiokultural dekat dengan lokasi pembangunan, memungkinkan dinamika pemberitaan berbeda dengan media nasional atau regional lainnya.

- Penelitian ini juga lebih menitikberatkan pada sejauh mana media menjalankan peran sebagai pemantau kekuasaan dan penyedia forum kritik publik, mengingat sensitifnya isu pembangunan yang diliput.

2.2 Komunikasi

Secara etimologis, istilah komunikasi berasal dari kata communication dalam bahasa Inggris, yang pada gilirannya berakar dari bahasa Latin. Dalam bahasa Latin, kata communis memiliki arti “sama” atau “memiliki kesamaan makna”, sedangkan communico atau communicare berarti “menyamakan” atau “membuat menjadi sama” (to make common). Dari ketiga istilah tersebut, communis paling sering dijadikan rujukan asal kata komunikasi. Komunikasi sendiri dapat dipahami sebagai suatu proses pertukaran makna melalui pesan yang disampaikan antara pihak-pihak yang berkomunikasi. Pesan ini bisa berupa ide, gagasan, atau pikiran yang diwujudkan dalam simbol-simbol bermakna yang dimengerti bersama oleh para pelaku komunikasi (Hariyanto, 2021).

Berikut beberapa definisi komunikasi yang dikemukakan oleh beberapa ahli, yaitu (Pohan & Fitria, 2021):

1. J.A Devito memaknai komunikasi sebagai suatu aktivitas yang dilakukan oleh satu atau lebih individu dalam mengirim dan menerima pesan. Proses ini terjadi dalam konteks tertentu, seringkali terpengaruh oleh gangguan (noise), memiliki dampak tertentu, serta memberikan peluang terjadinya umpan balik.

2. Hovland, Janis, dan Kelley menyatakan bahwa komunikasi adalah suatu proses di mana seorang komunikator memberikan stimulus, umumnya dalam bentuk kata-kata, dengan maksud memengaruhi perilaku penerima pesan (audiens). Dengan demikian, komunikasi dapat dipahami sebagai upaya menyampaikan informasi, gagasan, emosi, atau keterampilan melalui penggunaan simbol-simbol seperti kata, gambar, angka, dan lainnya.
3. Wibowo mengungkapkan bahwa komunikasi adalah kegiatan mengungkapkan isi pikiran, konsep, maupun keinginan kita kepada orang lain. Komunikasi juga bisa dilihat sebagai seni memengaruhi orang lain agar tujuan atau kehendak kita dapat tercapai.
4. Sementara itu, Astrid menjelaskan komunikasi sebagai aktivitas penyampaian lambang-lambang yang memiliki makna tertentu dan harus dipahami secara bersama oleh para pihak yang terlibat dalam proses komunikasi tersebut.

2.2.1 Jenis-jenis Komunikasi

Komunikasi adalah proses kompleks yang dapat diklasifikasikan ke dalam berbagai jenis berdasarkan jumlah partisipan, konteks, saluran, dan tujuannya. Berikut adalah jenis-jenis komunikasi, yaitu (Mulyana, 2022)

1. Komunikasi Intrapersonal

Komunikasi intrapersonal adalah proses komunikasi yang terjadi dalam diri individu, melibatkan pikiran, perasaan, dan refleksi diri. Ini merupakan fondasi sebelum seseorang berinteraksi dengan orang lain.

2. Komunikasi Interpersonal

Komunikasi antara dua orang (dyadic) atau kelompok kecil (3–5 orang), bersifat timbal balik dan bertujuan membangun hubungan. Dalam prosesnya terdapat umpan balik langsung dan memiliki tujuan untuk membangun kepercayaan, berbagi informasi, atau menyelesaikan konflik.

3. Komunikasi Kelompok

Komunikasi dalam kelompok dengan tujuan kolaboratif, seperti diskusi atau pengambilan keputusan. Dalam jenis komunikasi ini terdapat sebuah struktur yang memiliki peranannya masing-masing (pemimpin, anggota).

4. Komunikasi Massa

Penyampaian pesan melalui media massa (TV, radio, surat kabar, internet) kepada khalayak luas dan heterogen. Komunikasi ini bersifat satu arah artinya komunikator (penyampai pesan) tidak secara langsung mengetahui tanggapan komunikan (penerima pesan) secara individu.

5. Komunikasi Organisasi

Komunikasi organisasi adalah proses pertukaran pesan atau informasi yang terjadi di dalam suatu organisasi, baik antar individu, kelompok, maupun antar unit/bagian, untuk mencapai tujuan organisasi.

Dengan kata lain, komunikasi organisasi mencakup semua bentuk komunikasi yang terjadi dalam konteks organisasi, yang tujuannya

untuk memastikan bahwa setiap anggota memahami tugasnya, tujuan organisasi, kebijakan, dan dapat bekerja sama secara efektif.

6. Komunikasi Publik

Komunikasi satu arah dari pembicara ke audiens besar, biasanya persuasif atau informatif. Komunikasi publik umumnya bersifat terbuka, dapat diakses banyak orang, dan sering melibatkan media massa atau media sosial sebagai sarana penyebaran pesan.

7. Komunikasi Lintas Budaya

Interaksi antara orang-orang dari budaya berbeda, memerlukan pemahaman bahasa, norma, dan nilai yang beragam. Dalam komunikasi ini, terdapat interaksi antar orang yang memiliki sistem nilai, norma, kebiasaan, dan cara pandang yang tidak sama, sehingga perlu adanya pemahaman khusus agar pesan dapat tersampaikan dengan baik dan tidak menimbulkan kesalahpahaman.

8. Komunikasi Verbal & Nonverbal

Komunikasi verbal adalah proses penyampaian pesan dengan menggunakan kata-kata, baik secara lisan (spoken) maupun tertulis (written). Dengan kata lain, komunikasi verbal mengandalkan bahasa sebagai media utama untuk mengirimkan makna atau informasi. Sedangkan komunikasi nonverbal adalah proses penyampaian pesan tanpa menggunakan kata-kata, melainkan melalui isyarat, ekspresi wajah, gerak tubuh, kontak mata, nada suara, jarak (proksemik), sentuhan (haptik), atau simbol visual. Komunikasi nonverbal sering kali

menyampaikan emosi, sikap, atau nuansa yang tidak terucap lewat kata-kata.

2.3 Komunikasi Massa

Penyampaian pesan, informasi, atau hiburan dari satu sumber (komunikator) kepada banyak orang (khalayak) yang luas, heterogen, dan anonim melalui media massa dikenal sebagai komunikasi massa.

Singkatnya, komunikasi massa merupakan proses penyampaian pesan melalui media massa seperti koran, majalah, radio, televisi, film, maupun internet, dengan tujuan menjangkau audiens yang luas dalam waktu relatif cepat.

Menurut Defleur serta MeQuail (Kustiawan et al., 2022) menjelaskan komunikasi massa dapat dipahami sebagai sebuah proses di mana komunikator memanfaatkan media untuk menyebarkan pesan secara luas, serta secara berkelanjutan membentuk makna-makna tertentu yang mampu memengaruhi kelompok audiens yang besar dan beragam melalui berbagai cara. Sementara itu, M.O. Palapah mendefinisikan komunikasi massa sebagai ungkapan manusia yang ditujukan kepada khalayak banyak. Bentuk komunikasi massa sendiri dapat berupa kegiatan jurnalistik, hubungan masyarakat (public relations), penyuluhan, propaganda, agitasi, maupun komunikasi lintas negara.

2.3.1 Bentuk-Bentuk Media Massa

Media massa secara umum dibagi menjadi beberapa jenis berdasarkan bentuk fisik dan teknologi penyampaiannya, yaitu (Syafarina, 2022):

1. Surat Kabar

Surat kabar, yang juga dikenal sebagai pers, merupakan jenis media massa paling awal muncul di dunia dibandingkan dengan bentuk media massa lainnya. Awal kemunculan surat kabar tidak terlepas dari penemuan mesin cetak oleh Gutenberg. Istilah lain dari surat kabar adalah koran, yang berasal dari kata *krant* dalam bahasa Belanda dan *courant* dalam bahasa Prancis.

2. Majalah

. Majalah adalah publikasi berkala yang tidak terbit setiap hari, berisi artikel, berita, dan cerita untuk pembaca umum. Menurut Wilcox, majalah terbit mingguan, bulanan, atau triwulanan dengan konten yang biasanya lebih mendalam daripada surat kabar.

3. Radio

Pada tahun 1896, Guglielmo Marconi, seorang insinyur asal Italia, berhasil menemukan perangkat penyiaran radio yang memanfaatkan gelombang elektronik. Pada masa itu, radio digunakan terutama sebagai sarana untuk menyampaikan informasi dan berita. Penggunaan radio pada awalnya lebih dominan di kalangan militer serta instansi pemerintahan dalam rangka memenuhi kepentingan negara.

4. Televisi

Istilah televisi berasal dari perpaduan kata tele dalam bahasa Yunani yang berarti “jauh” dan visi yang berarti “gambar” atau “citra.” Oleh karena itu, televisi dapat dimaknai sebagai media yang menyajikan gambar dan suara yang ditransmisikan dari tempat yang berjarak jauh.

5. Film

Film adalah produk seni dan budaya yang berperan sebagai sarana komunikasi massa dalam bentuk audiovisual. Pembuatannya mengikuti kaidah sinematografi dan direkam pada media seperti pita seluloid, video kaset, cakram video, atau teknologi canggih lainnya.

6. Media Digital

Media digital adalah media massa yang memanfaatkan teknologi digital & internet dalam proses produksi, distribusi, maupun penyajiannya. Media ini menyebarkan informasi, hiburan, dan pesan-pesan publik secara online, sehingga dapat diakses kapan saja dan di mana saja melalui perangkat digital seperti smartphone, tablet, atau komputer.

2.4 Media Online

Media massa yang dikenal sebagai media online memanfaatkan jaringan internet sebagai sarana utama untuk menghasilkan, menyimpan, dan menyebarkan informasi kepada masyarakat secara cepat dan luas. Melalui perangkat digital

seperti komputer, laptop, tablet, dan smartphone, media ini memungkinkan Anda mengakses informasi kapan saja dan di mana saja.

Menurut Suryawati (dalam Indriyani, 2020) media online adalah sarana komunikasi yang penggunaannya bergantung pada jaringan internet. Media ini memiliki karakteristik khusus, yaitu memerlukan perangkat komputer serta pemahaman mengenai program komputer untuk dapat mengakses berbagai informasi atau berita yang disajikan.

Berikut adalah ciri-ciri utama media online (Elvinaro, 2017)

1. Kecepatan (*Speed*)

Media online dapat menyebarkan informasi secara real-time atau dalam hitungan detik.

2. Interaktivitas (*Interactivity*)

Memungkinkan dua arah komunikasi antara pengguna dan pembuat konten melalui kolom komentar, like, share, atau polling.

3. Kapasitas Tak Terbatas (*Unlimited Capacity*)

Tidak terbatas ruang seperti media cetak. Penyimpanan data menggunakan server cloud, sehingga bisa menampung banyak informasi.

4. Fleksibilitas (*Flexibility*)

Dapat diakses kapan saja dan di mana saja selama terhubung internet.

5. Personalisasi (*Customization*)

Pengguna bisa memilih konten sesuai minat melalui algoritma (misalnya rekomendasi YouTube atau feed Instagram).

6. *Multimedia*

Mendukung berbagai format konten teks, gambar, audio, video, GIF, dan VR/AR.

7. *Global Reach*

Dapat diakses oleh siapa saja di seluruh dunia tanpa batas geografis.

8. *Hypertextuality*

Memuat tautan (link) yang menghubungkan ke konten lain, sumber referensi, atau situs eksternal.

9. Pembaruan Terus-Menerus (*Updatability*)

Konten bisa diperbarui kapan saja tanpa harus mencetak ulang atau merekam ulang.

10. Demokratisasi Konten

Siapa pun bisa menjadi produser sekaligus konsumen konten (*user-generated content*).

2.5 Berita

Menurut Assegaff (Isnawijayani, 2019) berita dapat diartikan sebagai sebuah laporan mengenai fakta atau gagasan yang memiliki nilai aktual, yang dipilih oleh tim redaksi sebuah surat kabar untuk dipublikasikan. Berita biasanya mampu menarik perhatian pembaca karena keunikannya, pentingnya informasi tersebut beserta dampaknya, ataupun karena memuat unsur human interest seperti humor, emosi, maupun ketegangan.

Dapat disimpulkan bahwa berita adalah laporan tentang fakta atau ide yang telah disaring oleh redaksi berdasarkan nilai berita, untuk kemudian disiarkan kepada publik dengan tujuan menarik perhatian, baik karena keistimewaan peristiwa itu sendiri, dampaknya yang penting, maupun karena unsur-unsur kemanusiaan yang dapat menyentuh emosi pembaca.

2.5.1 Nilai Berita

Penjelasan mengenai berita di atas menitikberatkan pada apa yang disebut nilai berita (*news values*). Menurut Kris (Isnawijayani, 2019) suatu peristiwa baru dinilai layak untuk diberitakan apabila memuat salah satu atau beberapa kriteria nilai berita berikut ini:

1. Objektif, yakni berdasarkan fakta dan tidak berpihak.
2. Aktual, artinya peristiwa masih baru atau belum usang.
3. Luar biasa, seperti peristiwa yang besar, aneh, ganjil, atau tidak lazim.
4. Penting, karena memiliki dampak yang luas bagi masyarakat atau melibatkan tokoh terkenal.
5. Jarak, berkaitan dengan kedekatan, baik secara geografis, budaya, maupun emosional.

2.5.2 Jenis-Jenis Berita

Secara umum jenis-jenis berita dapat didefinisikan menjadi 3 jenis, yaitu (Isnawijayani, 2019)

1. *Hard News*

Berita yang berisi laporan peristiwa politik, ekonomi, masalah sosial, dan kriminalitas. *Hard News* adalah berita aktual yang melaporkan fakta penting, disajikan dengan cepat, singkat, padat, dan tanpa interpretasi, agar publik segera mengetahui apa yang terjadi.

2. *Soft News*

Berita yang berisi tentang olahraga, kesenian, hiburan, hobi, elektronika, dan sebagainya. *Soft News* adalah jenis berita yang lebih menekankan unsur human interest, cerita menarik, menghibur, atau mendalam, dibandingkan sekadar melaporkan fakta aktual.

3. *Investigative News*

Berita ini dihasilkan melalui proses investigasi yang dilakukan secara menyeluruh dan mendalam oleh seorang wartawan atau tim jurnalis, dengan penekanan utama pada unsur *why* (mengapa) dalam penyampaian.

2.6 Elemen Jurnalisme

Untuk menjaga jurnalisme tetap independen, akurat, dan mengutamakan kepentingan publik, prinsip-prinsip dasar jurnalisme menjadi pedoman untuk kerja wartawan dalam mengumpulkan, menulis, dan menyampaikan berita.

Berikut adalah penjelasan lengkap tentang elemen-elemen jurnalisme, terutama merujuk pada karya Bill Kovach, yang paling banyak dijadikan acuan dalam dunia jurnalistik modern (Kovach & Rosenstiel, 2007)

1. Kebenaran

Menurut Elemen Pertama, memberikan kebenaran kepada publik adalah tujuan utama jurnalisme. Kebenaran di sini bukan hanya fakta, itu adalah informasi yang telah melalui proses pemahaman, pengujian, dan penggalan yang menyeluruh untuk menjadi kontekstual dan akurat.

Publik membutuhkan informasi yang benar agar dapat membuat keputusan yang tepat dalam kehidupannya, mulai dari memilih pemimpin, mengelola usaha, hingga menjaga keselamatan diri. Oleh karena itu, wartawan wajib menghindari spekulasi dan memastikan laporannya didasarkan pada data serta sumber yang dapat dipertanggungjawabkan.

2. Loyalitas

Elemen kedua menegaskan bahwa jurnalisme tidak boleh berpihak kepada pemerintah, pemilik modal, atau kelompok tertentu. Komitmen utamanya adalah kepada publik sebagai penerima informasi.

Kovach mengatakan bahwa hubungan pers dengan publik bersifat kepercayaan, atau *fiduciary*. Dalam hubungan ini, media harus mengutamakan kepentingan warga daripada kepentingan bisnis atau politik. Wartawan harus jujur kepada pembaca dan tidak menyembunyikan informasi hanya untuk kepentingan sponsor atau pemodal.

3. Disiplin Verifikasi

Berita yang baik tidak hanya menggabungkan apa yang dikatakan narasumber, tetapi juga menguji kebenaran informasi tersebut. Di bawah tanggung jawab verifikasi, wartawan harus memeriksa fakta dari berbagai

sumber, menghindari prasangka, menyeimbangkan informasi, dan menggunakan metode cek-riccek untuk memastikan bahwa laporannya kredibel.

4. Independen

Wartawan bebas dari pengaruh, pengaruh, atau intervensi dari kelompok politik, ekonomi, atau ideologis. Meskipun wartawan dapat memiliki pandangan pribadi, mereka harus fokus pada kebenaran dan menghilangkan bias. Kovach menekankan bahwa independensi tidak berarti bahwa wartawan moralnya netral; sebaliknya, itu berarti bahwa wartawan tidak memiliki kepentingan pribadi yang dapat mencemari laporan.

5. Pemantau Kekuasaan

Elemen ini menjelaskan fungsi kontrol sosial yang dijalankan jurnalisme. Media massa memiliki tugas untuk mengawasi tindakan pemerintah, korporasi besar, maupun tokoh masyarakat agar tidak menyalahgunakan kekuasaan.

Dengan liputan investigasi dan laporan kritis, pers berperan mencegah terjadinya penyelewengan, korupsi, serta memastikan transparansi kebijakan publik.