

BAB II KAJIAN PUSTAKA

A. Kajian Teori Strategi Penyajian Berita di Media *Online* dengan Perspektif *Tabayyun (Check and Recheck)*

1. Komunikasi Massa

a. Pengertian Komunikasi Massa dalam Perspektif Islam

Aturan yang berbeda untuk setiap komunikasi yang jelas dan sukses diatur dalam Al-Qur'an dan Al-Hadits. Dari perspektif Islam, mungkin dianggap sebagai etika komunikasi, prinsip, atau peraturan. Komunikasi dalam islam diatur dalam seperangkat hulum, prinsip, atau etika yang dimaksudkan sebagai seperangkat standar untuk semua bentuk komunikasi yang dilakukan umat Islam, mulai dari percakapan sehari-hari, khutbah lisan dan tulisan, dan aktivitas lainnya.¹

Literatur tentang komunikasi Islam mengidentifikasi setidaknya enam jenis wacana (qaulan) atau jenis gaya bicara yang berbeda. Berikut ini adalah beberapa aturan, prinsip dan etika yang membentuk komunikasi Islam sebagai berikut.²

- 1) Qaulan Sadidan, percakapan, ucapan, atau tulisan yang secara factual (dari segi informasi yang dikandungnya) maupun secara editorial (dalam hal penyajiannya) benar (tata bahasa). Dari segi konten, komunikasi Islam tidak boleh berbohong, mengarang, atau memutarbalikkan fakta agar dianggap tepat. dalam surat An-Nisa ayat 9 dijelaskan tentang Sadidan Qaulan:

وَلِيَحْشَ الَّذِينَ لَوْ تَرَكُوا مِنْ خَلْفِهِمْ ذُرِّيَّةً ضِعْفًا خَافُوا عَلَيْهِمْ
فَلْيَتَّقُوا اللَّهَ وَيُقِيمُوا قَوْلًا سَدِيدًا (٩)

Artinya: “Dan hendaklah takut kepada Allah orang-orang yang seandainya meninggalkan dibelakang mereka anak-anak yang lemah, yang mereka khawatir terhadap (kesejahteraan) mereka. Oleh sebab itu

¹ Nazarullah, “Teori-Teori Komunikasi Massa dalam Perspektif Islam”, *Jurnal Peurawi*, Vol 1. N0. 1 (2018): 3-6, diakses pada 5 Desember, 2021, [308792-teori-teori-komunikasi-massa-dalam-persp-ad718a5c.pdf](https://doi.org/10.308792-teori-teori-komunikasi-massa-dalam-persp-ad718a5c.pdf)

² Nazarullah, “Teori-Teori Komunikasi Massa dalam Perspektif Islam”, *Jurnal Peurawi*, Vol 1. N0. 1 (2018): 3-6, diakses pada 5 Desember, 2021, [308792-teori-teori-komunikasi-massa-dalam-persp-ad718a5c.pdf](https://doi.org/10.308792-teori-teori-komunikasi-massa-dalam-persp-ad718a5c.pdf)

hendaklah mereka bertakwa kepada Allah dan hendaklah mereka mengucapkan perkataan yang benar”.³

- 2) Qaulan Baligha, baligh adalah kata yang berkonotasi akurasi, kelurusan, fasih, dan jelas maknanya. Istilah Qaulan Baligha mengacu pada praktik penggunaan kata-kata yang langsung *to the point*, sederhana untuk menyampaikan makna, sederhana untuk dipahami, dan tidak berbelit-belit. Saat berkomunikasi dengan seseorang, akan sangat membantu jika komunikator dapat menyesuaikan bahasa dengan tingkat kecerdasan spesifiknya dan menggunakan istilah yang ia kenal. Dalam Surat An-Nisa ayat 63, Qaulan Baligha bisa dimaknai dengan berbagai cara:

أُولَئِكَ الَّذِينَ يَعْلَمُ اللَّهُ مَا فِي قُلُوبِهِمْ فَأَعْرِضْ عَنْهُمْ وَعِظْهُمْ وَقُلْ لَهُمْ فِي أَنْفُسِهِمْ قَوْلًا بَلِيغًا (٦٣)

Artinya: “Mereka itu adalah orang-orang yang Allah mengetahui apa yang di dalam hati mereka. Karena itu berpalinglah kamu dari mereka, dan berilah mereka pelajaran, dan katakanlah kepada mereka perkataan yang berbekas pada jiwa mereka”.⁴

- 3) Qaulan Ma`rufan, disebutkan Allah dalam beberapa surat dalam Al-Quran, surat An-Nissa ayat 5 dan 8, surat Al-Baqarah ayat 235 dan 263, serta surat Al-Ahzab ayat 32. Qaulan Ma`rufa dapat dipahami sebagai perkataan yang baik, ungkapan yang pantas, santun, menggunakan sindiran (tidak kasar) dan tidak menyakitkan atau menyinggung perasaan. Qaulan Ma`rufa juga bermakna pembicaraan yang bermanfaat dan menimbulkan kebaikan (maslahat). Dalam surat An-Nisa ayat 8 disebutkan:

³ Al-Qur'an, An-Nisa' ayat 9, *Al-Our'an dan Terjemahnya* (Jakarta: Departemen Agama RI, Yayasan Penyelenggara Penerjemah A-Qur'an, 2016), 79.

⁴ Al-Qur'an, An-Nisa' ayat 63, *Al-Our'an dan Terjemahnya* (Jakarta: Departemen Agama RI, Yayasan Penyelenggara Penerjemah A-Qur'an, 2016), 89.

وَإِذَا حَضَرَ الْقِسْمَةَ أُولُو الْقُرْبَىٰ وَالْيَتَامَىٰ وَالْمَسْكِينُ فَأَرْزُقُوهُمْ مِنْهُ وَقُولُوا لَهُمْ قَوْلًا مَّعْرُوفًا (٨)

Artinya: “Dan apabila sewaktu pembagian itu hadir kerabat, anak yatim dan orang miskin, maka berilah mereka dari harta itu (sekedarnya) dan ucapkanlah kepada mereka perkataan yang baik”.⁵

Selanjutnya disebutkan dalam surat Al-Baqarah ayat 263:

قَوْلٌ مَّعْرُوفٌ وَمَعْفِرَةٌ خَيْرٌ مِّنْ صَدَقَةٍ يَتْبَعُهَا أَدَىٰ ۖ وَاللَّهُ عَنِّي حَلِيمٌ (٢٦٣)

Artinya: “Perkataan yang baik dan pemberian maaf lebih baik dari sedekah yang diiringi dengan sesuatu yang menyakitkan (perasaan si penerima). Allah Maha Kaya lagi Maha Penyantun”.⁶

- 4) Qaulan Karima, kedua istilah ini penuh hormat, enak didengar, lemah-lembut dan bertatakrama. Dalam surat Al-Isra ayat 23 dijelaskan:

وَقَضَىٰ رَبُّكَ أَلَّا تَعْبُدُوا إِلَّا إِيَّاهُ ۖ وَبِالْوَالِدَيْنِ إِحْسَانًا ۖ إِمَّا يَبُلُغَنَّ عِنْدَكَ الْكِبَرَ أَحَدُهُمَا أَوْ كِلَاهُمَا فَلَا تَقُلْ لَهُمَا أُفٍّ وَلَا تَنْهَرهُمَا وَقُلْ لَهُمَا قَوْلًا كَرِيمًا (٢٣)

Artinya: “Dan Tuhanmu telah memerintahkan supaya kamu jangan menyembah selain Dia dan hendaklah kamu berbuat baik pada ibu bapakmu dengan sebaik-baiknya. Jika salah seorang di antara keduanya atau kedua-

⁵ Al-Qur'an, An-Nisa' ayat 8, *Al-Our'an dan Terjemahnya* (Jakarta: Departemen Agama RI, Yayasan Penyelenggara Penerjemah A-Qur'an, 2016), 79.

⁶ Al-Qur'an, Al-Baqarah ayat 263, *Al-Our'an dan Terjemahnya* (Jakarta: Departemen Agama RI, Yayasan Penyelenggara Penerjemah A-Qur'an, 2016), 45.

duanya sampai berumur lanjut dalam pemeliharaanmu, maka sekali-kali janganlah kamu mengatakan kepada keduanya perkataan "ah" dan janganlah kamu membentak mereka dan ucapkanlah kepada mereka perkataan yang mulia".⁷

- 5) Qaulan Layina, ketika seseorang berbicara dengan lembut, kata-kata dan suaranya indah dan penuh kebaikan, mereka memiliki kemampuan untuk menggerakkan pendengar secara mendalam. Ibnu Katsir menjelaskan, bahwa kata layina menunjukkan kata kata sindiran, bukan ucapan terus terang atau lugas, apalagi kasar. Dalam surat Taha ayat 44:

فَقُولَا لَهُ قَوْلًا لَّيِّنًا لَّعَلَّهُ يَتَذَكَّرُ أَوْ يَخْشَىٰ (٤٤)

Artinya: "Maka berbicaralah kamu berdua kepadanya dengan kata-kata yang lemah lembut, mudah-mudahan ia ingat atau takut".⁸

Dengan menggunakan Qaulan Layina, hati dan niwa komunikator (orang yang dikomunikasikan kepada orang) tergerak untuk mendengarkan pesan tersebut, karena Islam menganjurkan kelembutan dalam berbicara, penting bagi umat Islam untuk menahan diri dari menggunakan kata-kata kotor (inotasi).

- 6) Qaulan Maysura bermakna ucapan yang mudah, dengan kata lain mudah dipahami, baik bagi pendengar maupun pembicara. Kata-kata positif atau menggembirakan adalah interpretasi lain. pengirim pesan adalah orang yang benar-benar berkomunikasi dengan penerima (komunikan). Komunikasi efektif adalah ketika orang yang menerima pesan memiliki tingkat pemahaman yang sama dengan orang yang mengirimnya.

Istilah "komunikasi massa" adalah akronim dari "*mass communication*", yang berasal dari bahasa Inggris. Dengan kata lain, orang berkomunikasi menggunakan media massa

⁷ Al-Qur'an, Al-Baqarah ayat 23, *Al-Our'an dan Terjemahnya* (Jakarta: Departemen Agama RI, Yayasan Penyelenggara Penerjemah A-Qur'an, 2016), 285.

⁸ Al-Qur'an, Taha ayat 44, *Al-Our'an dan Terjemahnya* (Jakarta: Departemen Agama RI, Yayasan Penyelenggara Penerjemah A-Qur'an, 2016), 315.

atau komunikasi media massa. Media massa, atau singkatnya komunikasi massa, mengacu pada sarana yang digunakan untuk menyebarkan informasi ini kepada masyarakat umum. Penting untuk dicatat bahwa massa dapat merujuk pada lebih dari satu hal, mereka tidak perlu semua berada di lokasi fisik yang sama untuk dianggap sebagai massa, melainkan, mereka harus berada di area di mana pesan komunikasi yang sama dapat diterima pada waktu yang hampir bersamaan.⁹ Orang-orang di kedua ujung jalur komunikasi dianggap sebagai bagian dari massa.¹⁰ Berikut adalah ciri-ciri komunikasi massa.¹¹

- 1) Bersifat tidak langsung, artinya harus melalui media teknis
- 2) Bersifat satu arah, artinya tidak ada interaksi antara peserta-peserta komunikasi.
- 3) Bersifat terbuka, artinya ditujukan kepada publik yang tidak terbatas dan anonim.
- 4) Mempunyai publik yang secara tersebar.

Media massa menyediakan sarana bagi massa untuk berbagi informasi dan ide. Media massa juga berpengaruh cukup besar serta sangat sangat efektif dalam mengubah keyakinan, nilai, dan tindakan orang, media massa juga memiliki kekuatan dan keunggulan yang luar biasa di bidang komunikasi massa.¹² Surat kabar, majalah, tabloid, dan media massa cetak lainnya serta televisi, radio, dan media massa elektronik lainnya sama-sama ada di mana-mana dalam masyarakat modern (radio dan televisi). Media jaringan (kadang-kadang dikenal sebagai "media baru") semakin banyak digunakan sebagai akibat dari kemajuan teknologi komunikasi dan informasi. Media baru, menurut Romli, adalah "media massa yang disampaikan melalui *website*".¹³

⁹ Murtiadi, dkk, *Psikologi Komunikasi* (Yogyakarta: Psikosain, 2015), 108.

¹⁰ Berlo, Wiryanto, *Teori Komunikasi Massa* (Jakarta: Erlangga, 2005), 233.

¹¹ Noelle Neuman, Rahmat Jalaluddin. *Psikologi Komunikasi* (Bandung: Remaja Rosdakarya, 2000), 175.

¹² Ade Putranto Prasetyo, *Manajemen Media Massa Konsep Dasar, Pengelolaan, dan Etika Profesi* (Yogyakarta: PT. Pustaka Baru, 2015), 8.

¹³ Romli, AsepSyamsul M. "*Jurnalistik Online. Panduan Praktis Mengelola Media Online*" (Bandung: Nuansa Cendekia, 2012), 30.

New Media (media baru) atau biasa disebut dengan media digital, juga dikenal hanya sebagai "media," mengacu pada segala bentuk media yang mendistribusikan informasinya secara digital, seperti data, teks, suara, dan gambar. Konten ini biasanya disebarluaskan melalui jaringan optik *broadband*, satelit, dan sistem transmisi gelombang mikro. Dalam peradaban manusia dengan dorongan teknologi informasi yang semakin canggih dan maju sekarang ini tidak lepas dari peran besar media massa *online*. Namun dampak yang disebabkan akibat kemajuan teknologi dan informasi sering kali disalahgunakan oleh pihak-pihak yang tidak bertanggung jawab. Dalam hal ini media massa memiliki dua peranan di antaranya *dehumanisasi* (memperburuk sisi kemanusiaan seseorang), dan *sence of humanity* (humanisasi).

b. Fungsi Media Massa

Media massa adalah media dengan fokus pada komunitas lokal yang juga diproduksi, dipasarkan, dan dioperasikan secara profesional untuk keuntungan finansial. Oleh sebab itu tidak semua media informasi dan komunikasi disebut dengan media massa.¹⁴ Dampak yang disebabkan media massa menyebabkan perubahan dalam pengetahuan, sikap, dan perilaku yang dihasilkan dari paparan terhadap media.

Ada kesamaan dan argumen tentang fungsi komunikasi di setiap titik fungsi, tetapi ini menjadi topik diskusi yang semakin relevan karena dampak media massa yang meluas. Berikut ini adalah beberapa peran komunikasi massa, seperti yang dijelaskan oleh Dominic dalam Ardianto.¹⁵

1) *Surveillance* (Pengawasan)

Informasi mengenai kejadian lingkungan dan data lain yang dapat berguna bagi khalayak dalam kehidupan sehari-hari dikumpulkan dan disebarluaskan sebagai bagian dari peran ini.

¹⁴ Kovach, Bill dan Rosentiel, *Sembilan Elemen Jurnalisme* (Jakarta: Yayasan Pantau, 2006), 11.

¹⁵ Ardiantio, Elvinaro, *Komunikasi Massa Suatu Pengantar* (Bandung: Simbosa rekutama Media, 2007), 14-17.

2) *Interpretation* (Penafsiran)

Fungsi ini mendorong audiens untuk memperluas wawasan khalayak dan melanjutkan percakapan dalam pengaturan satu lawan satu atau kelompok kecil.

3) *Linkage* (Pertalian)

Kekuatan media massa terletak pada kemampuannya untuk menyatukan orang-orang dari latar belakang dan minat yang berbeda dan membantu mereka mengembangkan ikatan yang langgeng atas hasrat dan minat bersama mereka.

4) *Transmission Of Values* (Penyebaran Nilai-Nilai)

Masyarakat seperti yang dilihat, didengar, dan dibaca di media massa merupakan cerminan bagaimana orang berperilaku dan apa yang mereka antisipasi untuk direpresentasikan di media massa.

5) *Entertainment* (Hiburan)

Pilihan ini dimaksudkan untuk menenangkan pemirsa yang cemas, yang mungkin menemukan hiburan dalam membaca atau melihat media yang ringan.

Menurut DeWitt, (1976)¹⁶ Salah satu tujuan utama media adalah untuk menyebarkan informasi tentang apa yang orang lakukan, pikirkan, dan rasakan kepada masyarakat umum. *Outlet* media massa tidak kebal terhadap batasan hak mereka untuk melaporkan berita, untuk menggunakan hak mereka atas kebebasan pers, atau untuk dimintai pertanggungjawaban atas keakuratan informasi yang mereka terbitkan. pihak (kemerdekaan), kecukupan berita dalam hal otentisitas dan akurasi (tulus, jujur, akurat), peraturan permainan yang disepakati bersama (persaingan yang sehat), dan pertimbangan yang matang (layak). Oleh karena itu, kebebasan pers dapat ditegakkan dengan baik jika ditimbang dengan akuntabilitas dan kode etik profesi yang mendasarinya.¹⁷

¹⁶ https://hatimata.wordpress.com/2011/03/05_fungsi-dan-peran-strategis-media-massa. (Diakses 27 Januari 2022).

¹⁷ Aryanti dkk, "Netralitas Media Massa Sebagai Implementasi Fungsi Edukasi Politik di Indonesia", *Jurnal Penelitian Politik*, Vol 2 No.1 (2014): 1-14, diakses pada 27 Januari, 2022, https://d1wqtxtslxzle7.cloudfront.net/32908109/NETRALITAS_MEDIA_MASSA_SEBAGAI_IMPLEMENTASI_FUNGSI_EDUKASI_POLITIK_DI_INDONESIA-with-cover-page-v2.pdf?Expires=1643271527&Signature=QYAEpUMYMITfg~fbl3NOiG7BPH

2. Strategi Redaksi

a. Pengertian Strategi

Istilah Yunani *strategos* berarti militer 'Ag' dan dari akar inilah kata bahasa Inggris arti asli dari kata "strategi" mengacu pada metode di mana seorang pemimpin militer menyusun strategi untuk mengalahkan lawannya.¹⁸ Dalam pemberitaan, khalayak membaca tentang peristiwa terkini yang dipedulikan orang. Peristiwa-peristiwa yang terjadi dalam kaitannya dengan informasi dan data yang tersedia di alam semesta ini adalah "baru-baru ini" dalam arti telah banyak dibicarakan.¹⁹ Maulsby mendefinisikan berita sebagai "pidato atau cerita yang adil dan akurat, fakta yang signifikan dan baru saja terjadi yang menarik bagi pembaca surat kabar" dalam bukunya *Getting in News*.

b. Pengertian Redaksi

Redaksi atau redaksional mengendalikan isi atau peristiwa media massa cetak atau elektronik untuk bertindak sebagai komponen yang paling penting dari sebuah organisasi media massa. Editor biasanya menangani keseluruhan pengawasan, manajemen, desain, dan pemformatan naskah. Menurut Iskandar, dewan redaksi Ensiklopedia Nasional Indonesia biasanya diatur dalam empat kantor yang tercantum di bawah ini.²⁰

- 1) Pemimpin redaksi, bertugas sebagai penanggung jawab terhadap kebijakan isi media, termasuk jika isi pesan memicu tuntutan hukum, akibat isi pemberitaan yang dikirim di media. Terdapat masalah besar yang dipikul

[CFnPIEXT2oIfk68n~Dfu379oYs8XUtiY1lrhkPwxdBTePEdsY90lztbiECzfZ7pSqGL80TT~7zcu8LFLTLR1bh~BoVjCeiq5B-FSUJzUZTO9vGJIjgYxFdcQz8z2DRwI7~cViY7ajFTbNMI2YhGUw0OU6n808AH9AphK5GQOEZ-SIICGYEqqQjO4jTYW30DzFmRVPz5JwpCuQGBa5d2wPGHE8k6Bk9IegAn5oj5J7GmMnCyav1zSLmf7Q3Qpgzx7ObiSiOora0kzhNrggpEwqMkrnoauZGxKqtGeIghoiGhqIDSdj6fD-VxxWDA &Key-Pair-Id=APKAJLOHF5GGSLRBV4ZA](#)

¹⁸ Setiawan Hari Purnomo dan Zuliflimansyah, *Managemen Strategi Sebuah Konsep Pengantar* (Jakarta: Fakultas Ekonomi Universitas Indonesia, 1998), 8.

¹⁹ Kustadi Suhandang, *Pengantar Jurnalistik*, (Jakarta: Kencana Prenada Media Group, 2004), 13.

²⁰ Maskun Iskandar, *Ensiklopedia Nasional Indonesia* (Jakarta: PT Adi Pustaka, 1990), 125.

oleh pemimpin redaksi, karena namanya mungkin akan muncul di Daftar Izin Pers dan Publikasi (SIUPP) jika dia melakukan kesalahan. Tanggung jawab utama *editor in chief* adalah untuk mengawasi semua konten *editorial* yang dihasilkan oleh perusahaan. Termasuk presentasi berita, pelingkupan, mencari fokus berita, memutuskan topik, memilih tajuk berita, membuka berita, menetapkan atau mengembangkan tajuk berita sendiri dan lain sebagainya.

- 2) Redaktur pelaksana, tugas setiap hari adalah tanggung jawab dari pelaksanaan keredaksian. Redaktur pelaksana bertanggung jawab untuk memberikan dukungan editorial kepada pemimpin redaksi, dan melapor langsung kepadanya.
 - 3) Redaktur (Editor), seseorang atau kelompok yang tugasnya mengedit berita untuk situs *web* berita. Ini adalah bagian dari tugas editor untuk mengumpulkan dan meninjau item berita yang disampaikan oleh *outlet* berita, jurnalis, dan koresponden, serta siaran pers yang dikeluarkan oleh entitas publik dan swasta. Setelah itu, komunikasi yang masuk disaring untuk menentukan mana yang harus segera dikirim dan mana yang bisa menunggu. Tugas redaktur editor adalah memastikan bahwa semua berita yang masuk ditulis disesuaikan dengan gaya pemberitaan penerbitannya.
 - 4) Wartawan atau reporter, seseorang yang tugasnya menyusun dan menganalisis berita dari berbagai sumber
- Menurut definisi tersebut dapat disimpulkan bahwa redaksi adalah seorang anggota organisasi bisnis yang bekerja dengan orang lain untuk mencapai tujuan bersama, dengan tanggung jawab utama untuk memilih berita yang telah diterbitkan atau sesuai dengan kelayakan berita yang dimuat di media online sebelum dikonsumsi publik. Pertimbangan kelayakan suatu berita mulai dari segi dan tata bahasa, keakurasian berita, dan juga keaslian fakta berita yang dimuat. Dalam hal ini tim redaktur memegang peranan terpenting pada sebuah media.

3. Media Online

a. Pengertian Media Online

Media *online* (*online media*) disebut juga dengan *cybermedia*, *internet media* dan *new media*. Dengan kata

lain, media disampaikan dalam format *online*, biasanya di situs *web*.²¹ Media *online* adalah sesuatu yang dapat ditemukan di internet yang berarti ‘pelaporan tentang fakta atau peristiwa yang dibuat dan disebarluaskan melalui internet’ (*Wikipedia*). Meskipun kebangkitan teknologi digital sangat penting untuk mempelajari "media baru" dari sudut pandang komunikasi massa, media *online* tidak hanya berkaitan dengan media digital. *Byte* berfungsi sebagai unit standar penyimpanan data digital untuk konten multimedia seperti video, teks, foto, dan grafik. Salah satu dari tiga komponen utama media baru, bersama dengan interaktivitas dan intertekstualitas, hanya mengacu pada satu aspek teknologi multimedia.

Menurut Romli dalam bukunya yang berjudul *Jurnalistik Media Online (Online Journalism)*²² seperti yang lebih dikenal, berita *online* mengacu pada berita terbaru yang dipublikasikan di internet. Berita *web*, sering dikenal sebagai berita internet atau hanya berita *online* adalah "generasi berikutnya" berita setelah berita siaran dan surat kabar cetak (berita radio, radio, televisi).²³ Media *online* merupakan media yang menjadi wadah bagi berita-berita yang di publikasikan dengan cepat, namun untuk keakurasian berita tersebut masih banyak dipertanyakan keakuratan dalam penulisan berita tersebut.

b. Jenis-jenis Media Online

Berikut adalah jenis-jenis media massa *online*.

- 1) Edisi *online* dari media massa cetak.
- 2) Edisi *online* dari media massa elektronik.
- 3) Media massa *online* murni, tidak ada kaitannya dengan media massa cetak maupun elektronik.
- 4) Kanal berita/ Portal berita media massa *online* yang memuat *link-link* berita situs lain.

Internet memiliki banyak manfaat, seperti kemudahan dan kecepatan berbagi informasi, tetapi juga memiliki

²¹ Asep Syamsul Romli, *Jurnalistik Online Panduan Mengelola Media Online Kiat Blogger, Teknik SEO, Metode Kerja Citizen Journalism*, 34-35.

²² Asep Syamsul Romli, *Jurnalistik Online Panduan Mengelola Media Online Kiat Blogger, Teknik SEO, Metode Kerja Citizen Journalism*, 30.

²³ Akhsanatul Mardiyah, “Fenomena *Clickbait* di *Tribunnews.com* ditinjau dari Kode Etik Jurnalistik Indonesia Periode Maret 2018”, *Jurnal Heritage*, 6. 1 (2018): 22, diakses pada 30 Januari, 2022, <https://jurnal.yudharta.ac.id/v2/index.php/HERITAGE/article/view/1563/1246>

kelemahan tertentu. Ketersediaan luas pornografi dan aktivisme politik di internet adalah salah satu dampak yang ditimbulkan. Tidak selalu buruk untuk memercayai kebenaran dan keakuratan apa pun yang ditemukan secara *online*. Yang paling penting, laporan berita yang sensitif terhadap waktu, baik itu satu jam sekali atau satu detik sekali, media perlu terus diperbarui. Karena itu, informasi yang ditawarkan terkadang tidak jelas dan samar.

c. Kelebihan Media Online

Di bawah ini adalah kelebihan media *online*.²⁴

- 1) Multimedia, berbagai format media (seperti teks, audio, video, grafik, dan foto) dapat digunakan untuk menyampaikan satu pesan atau kumpulan data.
- 2) Aktualitas, berisikan informasi yang aktual, benar terjadi fakta yang ada di lapangan.
- 3) Cepat, khalayak dapat mengakses berita atau informasi yang di upload dengan cepat.
- 4) *Update*, berita atau informasi yang disajikan masih hangat diperbincangkan oleh khalayak umum. Data terus ditransmisikan dari satu tempat ke tempat lain dan di sampaikan secara terus menerus.
- 5) Kapasitas luas, naskah berita panjang yang ada di *web* dapat ditampung oleh halaman *web* dengan tanpa ada batasan.
- 6) Fleksibilitas, untuk jadwal publikasi, tidak ada batasan kapan atau kapan naskah dapat diunggah untuk diedit.
- 7) Luas, ini tersedia untuk orang-orang di seluruh dunia.
- 8) Interaktif, dengan tempat bagi pengguna untuk memposting pemikiran mereka dan terlibat dalam percakapan.
- 9) Terdokumentasi, tempat di mana informasi dapat ditemukan menggunakan mesin pencari, tautan, dan artikel terkait.

d. Kekurangan Media Online

Kemudian, media *online* juga memiliki kekurangan berikut jubarannya.²⁵

²⁴ Asep Syamsul Romli, *Jurnalistik Online Panduan Mengelola Media Online Kiat Blogger, Teknik SEO, Metode Kerja Citizen Journalism*, 37.

²⁵ Asep Syamsul Romli, *Jurnalistik Online Panduan Mengelola Media Online Kiat Blogger, Teknik SEO, Metode Kerja Citizen Journalism*, 38.

- 1) Akibat perkembangan media *online* sekarang ini mengakibatkan ketergantungan akan komputer dan koneksi internet yang aktif setiap saat. Tidak ada cara untuk melihat media *online* jika tidak ada listrik, baterai, koneksi internet, atau *browser*.
- 2) Memungkinkan untuk memiliki dan menjalankan bisnis tanpa persyaratan khusus. Siapa pun, terlepas dari tingkat literasinya, dapat menjadi pemilik media dengan "menyalin dan menempel" konten dari situs *web* lain.
- 3) Mudah "lelah" membaca ketika mengambil informasi dari media internet, terutama dalam bentuk paragraf yang Panjang.
- 4) Sumber berita *online* terkenal karena menerbitkan laporan yang kurang akurat, terutama dalam hal ejaan dan tata bahasa, karena mereka menekankan kecepatan daripada akurasi (kesalahan ejaan).

4. Berita

a. Pengertian Berita

Berita berasal dari bahasa Sanskerta *Vrit*, dalam bahasa Inggris *Write* yang berarti ada/terjadi. Menurut Kamus Besar Bahasa Indonesia "laporan peristiwa atau kejadian yang sedang hangat", berita secara umum adalah fakta atau gagasan terkini yang paling menggelitik. Secara umum diterima sebagai benar atau signifikan oleh norma-norma budaya.²⁶

Berita (*news*) adalah penyebaran informasi yang tepat waktu, menarik, dan penting bagi khalayak umum.²⁷ Secara umum berita dapat dikategorikan menjadi tiga bagian, yaitu "*Hard news* (berita berat), *soft news*(berita ringan), dan *investigative reports* (laporan penyelidikan)".²⁸ Terdapat enam unsur pokok dalam penulisan berita yang dikenal dengan "*5W+1H*, di antaranya *what* (apa), *who* (siapa), *where* (di mana), *when* (kapan), *why* (mengapa), dan *how* (bagaimana)".

²⁶ Bagus Sasmito Edi Wahono, *Rambu-rambu Jurnalistik Bagaimana Menulis Berita yang Layak Baca* (Guepedia, 2020), 17.

²⁷ Ahmad Qorib, dkk, *Pengantar Jurnalistik* (Bajarongi: Guepedia, 2019), 33.

²⁸ Dedy Iskandar Muda, *Jurnalistik Televisi Menjadi Reporter Profesional*, (Bandung: PT Remaja Rosdakarya, 2003), 40.

b. Jenis-jenis Berita

Secara umum berita dapat dikategorikan menjadi tiga bagian, yaitu "*Hard news* (berita berat), *soft news* (berita ringan), dan *investigative reports* (laporan penyelidikan)".²⁹ Ketiga jenis berita tersebut, dapat dijelaskan sebagai berikut.

1) *Hard News* (Berita Berat)

Hard news merupakan berita tentang peristiwa yang dianggap penting bagi masyarakat baik sebagai individu, kelompok maupun organisasi. Misalnya tentang mulai diberlakukannya suatu kebijakan baru dari pemerintah. *Hard news* juga termasuk kejadian internasional, keadaan masyarakat, masalah ekonomi, kriminal, kerusakan lingkungan maupun berita-berita tentang ilmu pengetahuan.

2) *Soft News* (Berita Ringan)

Soft news seringkali disebut berita yang belum pecah namun menarik untuk dibaca disebut "fitur". Hal-hal yang tidak terduga, mempesona, dan berempati menjadi sasaran utama *soft communication*.

3) *Investigative Reports* (Laporan Penyelidikan)

Investigative reports merupakan jenis berita yang eksklusif. Data yang didapatkan melalui proses penyelidikan. Dalam penyajian beritanya dibutuhkan waktu yang cukup lama dan menghabiskan energi reporternya.

- a) *Straight News* (Berita Langsung), apa adanya, ditulis secara singkat dan lugas.
- b) *Dept News* (Berita Mendalam), ditingkatkan dengan menggali lebih jauh ke latar belakang.
- c) *Investigation News* (Berita Menyeluruh), berita yang dikembangkan berdasarkan penelitian atau penyelidikan dari berbagai sumber.
- d) *Interpretative News* (Berita Interpretatif), berita yang dikembangkan dengan pendapat atau penilaian penulisnya atau reporter.
- e) *Opinion News* (Berita Opini), berita mengenai pendapat seseorang, biasanya pendapat para cendekiawan, tokoh, ahli atau pejabat, mengenai suatu hal, peristiwa, kondisi politik, sosial, budaya dan keamanan, dan sebagainya.

²⁹ Dedy Iskandar Muda, *jurnalistik televisi menjadi reporter profesional* (Bandung: Rosda, 2005), 40

c. Penyajian Berita

Format berita yang akan ditulis sangat menentukan dalam struktur berita. Format berita merupakan jenis-jenis berita yang akan disajikan. Teknik piramida terbalik merupakan struktur yang lazim digunakan dan terdiri dari *headline*, *dateline*, *lead*, dan *body* berita.

Gambar 2. 1 Struktur Piramida Terbalik



- 1) *Headline* (Judul Berita)
Headline sering juga dilengkapi dengan anak judul, dan berfungsi untuk (1) mempermudah pembaca dalam mengetahui suatu peristiwa yang akan diberitakan, dan (2) menampilkan pemberitaan dengan dukungan teknik grafika.
- 2) *Dateline* (Baris Tanggal)
Dateline terdiri dari nama media massa, lokasi peristiwa, dan tanggal peristiwa tersebut terjadi. Namun ada juga yang terdiri dari nama media massa dan lokasi kejadian. Tujuannya untuk menunjukkan lokasi kejadian dan inisial media.
- 3) *Lead/Intro* (Teras Berita)
Lead merupakan laporan yang mencakup inti dari keseluruhan isi berita yang dikemas dengan singkat

dan bersifat klimaks dari peristiwa yang dilaporkan. *Lead* merupakan saripati sebuah berita secara singkat.³⁰

4) *News Body* (Tubuh Berita)

News Body merupakan pengembangan berita yang isi pemberitaan tersebut melaporkan suatu peristiwa dengan bahasa yang singkat, padat, dan jelas.³¹

d. Syarat Teknis Berita

Terdapat lima syarat teknis dalam menulis berita, diantaranya.³²

1) *Timeliness* (Kebaruan)

Sebuah berita terikat dengan waktu. Waktu mempengaruhi keaktualitas suatu berita. Oleh sebab itu penulisan berita harus dikerjakan serba cepat, segera dan tepat. Pemberitaan tersebut berupa peristiwa baru yang sedang hangat diperbincangkan di tengah-tengah masyarakat.

2) *Proximity* (Jarak)

Faktor jauh dekatnya suatu peristiwa mempengaruhi minat pembaca dan memiliki daya tarik dan nilai tersendiri dari berita peristiwa tersebut. Dalam hal ini berita tidak hanya sebatas letak geografis semata, namun bisa berupa minat, bakat, dan profesi.

3) *Prominence* (Cuatan)

Maksud dari cuatan ialah laporan peristiwa bersifat tepat, lugas, ringkas, mudah diingat, dan cerdas. Nilai sebuah berita tergantung pada cuatan yang ulung dari pada diri seseorang, benda, tempat, serta peristiwa.

4) *Human Interest* (Daya Tarik Kemanusiaan)

Nilai berita meningkat sebanding dengan daya tarik humanistiknya. Dampak sebuah pesan dapat ditingkatkan dengan konstruksi yang bijaksana dari nilai kepentingan manusianya.

5) *Consequence* (Akibat)

Nilai informasi juga sangat dipengaruhi oleh efek riak yang mungkin terjadi pada masyarakat secara keseluruhan. Ketika meliput berita, wartawan harus

³⁰ Kustadi Suhandang, *Pengantar Jurnalistik Organisasi, Produk Dan Kode Etik* (Bandung: Nuansa Cendekia, 2016), 130.

³¹ Musman, dkk., *Teori Komunikasi Massa Suatu Pengantar* (Jakarta: Erlangga, 2017), 187.

³² Musman, dkk., *“Jurnalisme Dasar: Panduan Praktis Para Jurnalis”* (Yogyakarta: Komunika, 2017), 5.

mempertimbangkan bagaimana hal itu akan mempengaruhi ekonomi, masyarakat, dan pemerintah.

e. **Pemberitaan dalam Perspektif *Tabayyun (Check and Recheck)***

Karena pertumbuhan pengguna internet yang semakin luas untuk kepuasan instan, media *online* telah melampaui rekan-rekan yang lebih tradisional. Pertumbuhan *eksponensial outlet* media adalah bukti bahwa teknologi komunikasi dan informasi maju dengan kecepatan yang sangat tinggi, menjadikan media *online* lebih unggul dibandingkan media lain. Banyaknya media massa yang sulit dihitung, membuktikan bahwa teknologi informasi berkembang dengan pesat. Seseorang dengan mudah mengetahui peristiwa apa yang terjadi di jagat raya tanpa batasan ruang dan waktu. ada kemungkinan *hoax* bersembunyi di balik penyebaran informasi yang secepat kilat. Fenomena *clickbait* menjadi hal yang lumrah sekarang ini terjadi.

Clickbait merupakan menggunakan apa yang disebut "celah rasa ingin tahu" dalam kognisi manusia untuk memanipulasi dan mengeksploitasi bagian pikiran tersebut. Sementara umpan dapat membujuk pembaca untuk mengklik dalam jangka panjang, *clickbait* sering gagal dan mengecewakan mereka. Studi kognitif telah menunjukkan bahwa begitu seseorang terpicat oleh judul *clickbait*, mereka tidak mungkin berhenti membaca situs tersebut. Perputaran konstan dalam *backlog* utama menyebabkan informasi yang berlebihan, mengecilkan hati pembaca dari mengeksplorasi narasi baru yang berpotensi mencerahkan. *I, you, everyone, he, here, it, reason, something, that dan they* adalah frasa khas yang menjadi ciri pesan *clickbait* ini mungkin menunjukkan bahwa penggunaan kata ganti lebih umum dalam judul *clickbait*.

Hoaks baru-baru ini menjadi topik pembicaraan yang populer di berbagai media, termasuk *outlet* berita tradisional dan situs jejaring sosial. Sebagai jurnalis yang tugasnya menghentikan penyebaran berita bohong, dia tidak hanya mengacu pada aturan media online; Ia juga menekankan perlunya jurnalis memiliki teknik untuk menggagalkan penyebaran disinformasi. Saat membaca berita, tugas Anda adalah mengklarifikasi atau membandingkan berbagai sumber., jangan sampai langsung percaya dengan berita yang

beredar. Dalam Islam hal ini disebut dengan *tabayyun*. *Tabayyun* atau *check and recheck* adalah meneliti atau mengklarifikasi tentang suatu kebenaran dari sebuah berita yang kita terima secara mendalam.

Sebagaimana diterangkan dalam QS. Al-Hujarat (49): 6 yang berbunyi:

يَا أَيُّهَا الَّذِينَ ءَامَنُوا إِن جَاءَكُمْ فَاسِقٌ بِنَبَأٍ فَتَبَيَّنُوا أَن تُصِيبُوا قَوْمًا بِجَهْلَةٍ فَتُصِيبُوا عَلَىٰ مَا فَعَلْتُمْ نُدْمِينَ (٦)

Artinya: “Wahai orang-orang yang beriman, jika datang kepadamu orang fasik membawa suatu berita, maka periksalah dengan teliti agar kamu tidak menimpakan suatu musibah kepada suatu kaum tanpa mengetahui keberadaannya yang menyebabkan kamu menyesal atas perbuatanmu itu”.³³

Ayat tersebut turun ketika Mustaliq yang baru saja masuk Islam hendak membayar zakat, Nabi Muhammad Saw mempercayakan sahabatnya Al-Walid bin ‘Uqbah untuk mengambil zakat dari bani Mustaliq. Di tengah perjalanan Al-Walid melihat rombongan Bani Mustaliq yang hendak menyerangnya. Al-Walid berbalik arah dan menghadap Nabi Muhammad Saw dan mengatakan bahwa Bani Mustaliq hendak menyerangnya. Untuk menyelidiki kebenaran kabar tersebut dengan mengutus Khalid ibn Walid untuk bertemu dengan rombongan Bani Mustaliq. Bani Mustaliq mengungkapkan keinginannya untuk mengumpulkan zakat, Khalid ibn Walid mempersilahkan rombongan Bani Mustaliq menuju Madinah. Sesampainya di Madinah Nabi Muhammad Saw bertanya apakah Bani Mustaliq akan menyerang dan ingin membunuh Al-Walid? Bani Mustaliq mengatakan bahwa berita tersebut tidak benar adanya, justru Bani Mustaliq menunggu utusan Nabi Muhammad Saw diperintahkan ke perkampungannya untuk mengambil zakat. Kemudian utusan nabi tidak segera datang,

³³ Al-Our'an, al-Hujarat ayat 6, *Al-Our'an dan Terjemahnya* (Jakarta: Departemen Agama RI, Yayasan Penyelenggara Penerjemah A-Qur'an, 2001), 516.

mereka khawatir jika Allah murka. Sehingga Bani Mustaliq memutuskan untuk pergi ke Madinah.³⁴

Allah Swt dengan jelas dalam surat Al-Hujarat 6 mengingatkan kepada kita semua untuk senantiasa ber-*tabayyun*, mencari kebenaran dibalik suatu berita agar terhindar dari *hoax*. Maka dari itu, kabarkan berita yang benar faktanya, dan bijaklah dalam menerima suatu kabar berita yang telah tersebar. Allah Swt mengingatkan kepada mereka yang menyebarkan kabar bohong akan mendapatkan azab yang besar.

Allah Swt juga berfirman dalam al-Qur'an Surat An-Nur ayat 11 mengenai kebenaran dalam menerima berita, dan bagaimana cara menerima suatu berita.³⁵

إِنَّ الَّذِينَ جَاءُوا بِالْإِفْكِ عُصْبَةٌ مِّنْكُمْ ۗ لَا تَحْسَبُوهُ شَرًّا لَّكُم ۖ بَلْ هُوَ
خَيْرٌ لَّكُمْ ۗ لِكُلِّ لَمِيٍّ مِّنْهُم مَّا اكْتَسَبَ مِنَ الْإِثْمِ ۗ وَالَّذِي تَوَلَّى
كِبْرَهُ مِنْهُمْ لَهُ عَذَابٌ عَظِيمٌ

Artinya: “Sesungguhnya orang-orang yang membawa berita bohong itu adalah dari golongan kamu juga. Janganlah kamu kira bahwa berita bohong itu buruk bagi kamu bahkan ia adalah baik bagi kamu. Tiap-tiap seseorang dari mereka mendapat balasan dari dosa yang dikerjakannya. Dan siapa di antara mereka yang mengambil bagian yang terbesar dalam penyiaran berita bohong itu baginya azab yang besar.”³⁶

Pentingnya ber-*tabayyun* selain agar tidak terjadi kesalahpahaman yang nantinya akan menimbulkan fitnah. Masih banyak dijumpai masyarakat yang terbiasa menerima berita lalu disebarluaskan tanpa melakukan verifikasi (*tabayyun*) terlebih dahulu. Akibatnya masyarakat tidak

³⁴ Muchlis M. Hanafi, *Asbabun Nuzul: Kronologi dan Sebab Turun Wahyu Al-Qur'an* (Jakarta: Lajnah Pentashihan Al-Qur'an, 2015), 404-407.

³⁵ Tafsirweb, “*Qur'an Surat An-Nur Ayat 11*”, dalam <https://tafsirweb.com/6139-surat-an-nur-ayat-11html> diakses pada tanggal 6 April 2022 pada pukul 12.00 WIB.

³⁶ Al-Our'an, an-Nur ayat 11, *Al-Our'an dan Terjemahnya* (Jakarta: Departemen Agama RI, Yayasan Penyelenggara Penerjemah A-Qur'an, 2001), 352.

mengetahui antara berita yang valid dan *hoax*. Al-Qur'an sendiri sudah menjelaskan larangan menuduh tanpa mengetahui mengetahui pasti kebenarannya. Manfaat menerapkan *tabayyun* dalam dirinya dengan baik dan benar akan menghindarkan diri dari permusuhan dan kesalahpahaman.

Telah dijelaskan dalam Al-Qur'an yaitu surat An-Nahl ayat 105:

إِنَّمَا يَفْتَرِي الْكُذِبَ الَّذِينَ لَا يُؤْمِنُونَ بِآيَاتِ اللَّهِ وَأُولَئِكَ هُمُ
الْكٰذِبُونَ (١٠٥)

Artinya: “Sesungguhnya yang mengada-adakan kebohongan, hanyalah orang-orang yang tidak beriman kepada ayat-ayat Allah, dan mereka itulah orang-orang pendusta.”³⁷

إِنَّ الصِّدْقَ يَهْدِي إِلَى الْبِرِّ، وَإِنَّ الْبِرَّ يَهْدِي إِلَى الْجَنَّةِ، وَإِنَّ الرَّجُلَ
لَيَصْدُقُ حَتَّىٰ يَكُونَ صِدِّيقًا، وَإِنَّ الْكُذِبَ يَهْدِي إِلَى الْفُجُورِ، وَإِنَّ
الْفُجُورَ يَهْدِي إِلَى النَّارِ، وَإِنَّ الرَّجُلَ لَيَكْذِبُ، حَتَّىٰ يُكْتَبَ عِنْدَ اللَّهِ
كَذَابًا

Artinya: “Hendaklah kalian selalu berlaku jujur karena kejujuran membawa kepada kebaikan mengantarkan seseorang ke surga dan apabila seseorang selalu berkata jujur dan tetap memilih jujur maka akan dicatat di sisi Allah sebagai orang yang jujur dan jauhilah oleh kalian berbuat dusta karena dusta membawa seseorang kepada kejahatan dan kejahatan mengantarkan seseorang ke neraka dan jika seseorang senantiasa berdusta dan memilih kedustaan maka akan dicatat di sisi Allah sebagai pendusta alias pembohong. (HR. Bukhari)”

³⁷ Al-Qur'an, an-Nahl ayat 105, *Al-Qur'an dan Terjemahnya* (Jakarta: Departemen Agama RI, Yayasan Penyelenggara Penerjemah A-Qur'an, 2001), 280.

Karena Allah Swt begitu baik, Islam dikenal sebagai agama *rahmatan lil alamin*, Allah Swt Maha Pemurah lagi Maha Penyayang. Allah Swt memberikan rahmat dan karunianya dengan memberikan kesempatan kepada umatnya untuk bertaubat atas perbuatan yang telah mereka lakukan dan berusaha untuk tidak mengulangnya lagi. Sebagai makhluk ciptaan-Nya sudah sepatutnya kita bersyukur atas apa yang Allah Swt berikan kepada kita.

5. Teori Ekologi Media

Dalam jurnal komunikasi yang dikemukakan oleh Meisyaroh, McLuhan merupakan ilmuwan sekaligus kritikus sastra berkebangsaan Kanada, ia juga pencetus teori ekologi media. McLuhan menyatakan bahwa hubungan antara manusia dan teknologi yang menggunakan media adalah saling menguntungkan. Orang yang membuat kemajuan teknologi, tetapi kemajuan ini juga berdampak pada orang yang membuatnya. Dasar dari studi ekologi media adalah pengenalan pada fenomena tersebut³⁸. Dalam hal ini McLuhan sangat dirasa bahwasannya masyarakat sangat merasa ketergantungan terhadap perkembangan teknologi di zaman sekarang ini. Menurut McLuhan “Media elektronik telah mengubah masyarakat secara radikal. Masyarakat sangat bergantung pada teknologi yang menggunakan media dan bahwa ketertiban sosial suatu masyarakat didasarkan pada kemampuannya untuk menghadapi teknologi tersebut”³⁹ dalam teori ekologi media McLuhan mempertimbangkan media secara keseluruhan, bukan hanya televisi dan surat kabar yang memenuhi syarat sebagai media, yang di maksud McLuhan baginya cara apa pun yang digunakan orang untuk menyampaikan gagasan satu sama lain penting.

Menurut Richard dan Lyn, teori ekologi media memiliki asumsi sebagai berikut.⁴⁰

- a. Media melingkupi setiap tindakan dalam masyarakat.

³⁸ Siti Meisyaroh, “Instant Messaging dalam Perspektif Ekologi Media dan Komunikasi,” *Semiotika: Jurnal Koimunikasi* 8.1 (2014): 4, diakses pada 30 Januari, 2022

<https://journal.ubm.ac.id/index.php/semiotika/article/download/961/851>

³⁹ Vita Kent, “Teori Ekologi Media” (2018) 22 : 34. diakses pada 05 Januari 2022 dalam <http://vitakent'smemoriesTeoriEkologiMedia.htm.2012>.

⁴⁰ Richard West, dan Lyn H. Turner, “Pengantar Teori Komunikasi Analisis dan Aplikasi” Edisi 3, diterjemahkan oleh Maria Natalia dkk, (Jakarta: Salemba Humanika, 2010), 140-141.

- b. Media memperbaiki persepsi masyarakat dan mengorganisasikan pengalaman mereka.
- c. Media menyatukan seluruh dunia (globalisasi difasilitasi oleh media).

Ditekankan di bagian point pertama Pada poin pertama dalam asumsi ini menekankan bahwa masyarakat tidak bisa lepas dari media. Ini karena, dalam kesehariannya media telah mengelilingi ruang lingkup kehidupan masyarakat sehingga siapa pun tidak bisa menghindarinya. Bahkan meskipun manusia itu sendiri tidak menggunakan media massa, tetap saja media lainnya seperti isyarat, uang, jam dinding atau apapun yang bersifat menyampaikan sebuah pesan dapat dikategorikan medium.⁴¹

Dalam asumsi yang kedua, teori ini menilai media sebagai sesuatu yang cukup kuat dan mampu mempengaruhi cara pandang manusia atas dunia. Salah satunya, bagaimana manusia itu memberikan penilaian terhadap sesuatu cenderung dipengaruhi oleh media dan tanpa disadari pula masyarakat sangat mudah termanipulasi oleh televisi atau media. Asumsi ketiga dari teori ekologi media telah memunculkan sebuah percakapan internasional dalam rangka media menghubungkan antar negara. McLuhan menggunakan istilah Desa Global (*Global Village*) dalam menjelaskan bagaimana media mengikat dunia menjadi sebuah system politik, ekonomi, sosial, dan budaya yang besar. Dampak besar dari desa global ini adalah kemampuan menerima informasi di berbagai belahan dunia secara langsung.

Teori ekologi media ini digunakan untuk menganalisis bagaimana fenomena sosial media saat ini sebagai *new media* yang dimanfaatkan oleh komunitas/kelompok tertentu sebagai media *publishing*. Hal ini terkait dengan asumsi teori ekologi media yang pertama, media melingkupi kehidupan dalam masyarakat yang artinya masyarakat tidak bisa melarikan diri dari media. Karena pengguna sosial media saat ini sangat banyak dan jangkauannya semua kalangan, para komunitas pun menggunakan media tersebut untuk menunjukkan karya-karyanya pada khalayak.

⁴¹ Vita Kent, “Teori Ekologi Media” (2018) 22 : 34. diakses pada 05 Januari 2022 dalam <http://vitakent'smemoriesTeoriEkologiMedia.htm.2012>.

B. Hasil Penelitian Terdahulu

Penelitian terdahulu bertujuan untuk mendapatkan bahan dan acuan dalam penelitian serta digunakan tolok ukur bagi peneliti guna mendapatkan kerangka berpikir. Selain digunakan sebagai acuan, penelitian tersebut juga digunakan guna untuk menghindari kesamaan penelitian ini. Penelitian-penelitian tersebut di antaranya Saifullah (2012), Mutmainnah (2016), Amrin (2017), Suseno dan Farid Rusdi (2019), Susilawati dan Djudjur Luciana Radjagukguk (2020).

Pertama, penelitian skripsi oleh Saifullah dengan judul “Efektivitas Media *Online* Harian Fajar Sebagai Sumber Informasi Bagi Mahasiswa FDK UIN Alauddin” dari Fakultas Dakwah dan Komunikasi Program Studi Jurnalistik pada tahun 2012.⁴² Penelitian ini menggunakan jenis penelitian deskriptif kuantitatif. Fokus penelitian ini tentang minat mahasiswa menggunakan fasilitas internet dan sejauh mana efektivitas media *online* harian fajar sebagai sumber informasi bagi mahasiswa FDK. Hasil penelitian ini menemukan efektifnya media *online* Harian Fajar sebagai sumber informasi bagi mahasiswa FDK UIN Alauddin, dengan skor tertinggi 163 dan skor terendah 94, dengan skor rata-rata 133.3103 dan skor ideal yang mungkin dicapai 54-218 dengan standar deviasi 16.56791. Berdasarkan hasil penelitian Saifullah terdapat persamaan dan perbedaan dengan peneliti lakukan. Perbedaan tersebut terdapat pada pendekatan yang digunakan dan media *online* yang diteliti. Pada penelitian terdahulu yang dilakukan Saifullah dengan skripsinya yang berjudul “Efektivitas Media *Online* Harian Fajar Sebagai Sumber Informasi Bagi Mahasiswa FDK UIN Alauddin” menggunakan pendekatan kuantitatif, dan objek dan lokasi penelitian yang diteliti. Persamaannya adalah sama-sama membahas tentang penyebaran informasi melalui media *online*.

Kedua, penelitian skripsi oleh Mutmainnah dengan judul “Strategi Penyajian Berita Pada Portal Fajar Online” dari Fakultas Dakwah dan Komunikasi Program Studi Jurnalistik UIN Alauddin Makassar pada tahun 2016.⁴³ Penelitian ini menggunakan jenis

⁴² Saifullah, “Efektivitas Media Online Harian Fajar Sebagai Sumber Informasi Bagi Mahasiswa FDK UIN Alauddin” (Skripsi, Fakultas Dakwah dan Komunikasi: UIN Alauddin Makassar, 2012), diakses pada 05 Januari 2022) <http://saifullah-duniapencil.blogspot.com/2012/01/draft-skripsi-nama-nim-jurusan.html>

⁴³ Syahrina Mutmainnah, “Strategi Penyajian Berita Pada Portal Fajar Online.Com”(Skripsi, Fakultas Dakwah dan Komunikasi: UIN Alauddin Makassar, 2016), diakses pada tanggal 05 Januari 2022, <http://repositori.uin-alauddin.ac.id/3518/1/SYHRINA%20MUTMAINNAH.pdf>

penelitian kualitatif dengan spesifikasi penelitian deskriptif. Fokus penelitian dalam skripsi ini menjabarkan tentang strategi penyajian berita Fajar Online.Com dengan menitik beratkan pada aspek penempatan isu dalam menjaga keakurasian berita. Hasil penelitian strategi Fajar Online.Com ditunjang oleh tiga hal, diantaranya strategi dalam pemilihan isu yang diefektifkan pada pemilihan angel, strategi penempatan isu yang difokuskan pada dua hal yaitu isu penting dan menarik, dan strategi pengembangan pemberitaan dengan memadukan berita konvensional dan *follow up news*. Strategi yang dilakukan redaksi Fajar Online.Com untuk menjaga keakurasian berita terkait kecepatan berita *online* yaitu dengan mengingatkan wartawan akan keakurasian berita, menyingkat berita langsung pada intinya, memanfaatkan *share* ke media sosial dan memberikan poin kepa wartawan untuk berita yang populer. Berdasarkan hasil penelitian Mutmainnah terdapat persamaan dan perbedaan dengan peneliti lakukan. Perbedaan tersebut terletak pada fokus penelitian. Pada penelitian terdahulu yang dilakukan Syahrina Mutmainnah yang berjudul “Strategi Penyajian Berita Pada Portal Fajar Online” membahas tentang strategi penyajian berita Fajar Online.Com dengan menitik beratkan pada aspek penempatan isu dalam menjaga keakurasian berita, sedangkan penelitian ini membahas strategi penyajian berita *Samin News* dengan menitikberatkan pada aspek penempatan isu, menjaga akurasi pemberitaan serta melakukan verifikasi berita dengan penerapan perspektif *tabayyun (check and recheck)*. Adapun persamaannya adalah membahas tentang strategi penyajian berita dan jenis pendekatan pada penelitian.

Ketiga, penelitian skripsi oleh Amrin dengan judul “Strategi Koran Radar Selatan dalam Mempertahankan Pelanggan di Kabupaten Bulukumba Sulawesi Selatan” dari Fakultas Ilmu Sosial dan Politik Universitas Hasanuddin pada tahun 2017.⁴⁴ Penelitian ini menggunakan jenis penelitian kualitatif dengan spesifikasi penelitian deskriptif. Hasil penelitian menunjukkan bahwa sebagai koran penyalur aspirasi masyarakat Sulawesi Selatan, Koran Radar Selatan telah menerobos masuk hingga ke pelosok desa wilayahnya peredarannya. Strateginya lebih mengutamakan pada penyajian berita-berita lokal tanpa mengabaikan berita-berita regional, nasional

⁴⁴ Alfiana Nengsi Amrin, “Strategi Koran Radar Selatan dalam Mempertahankan Pelanggan di Kabupaten Bulukumba Sulawesi Selatan” (Skripsi, Fakultas Ilmu Sosial dan Politik Universitas Hasanuddin, 2017), diakses pada tanggal 05 Januari 2022 <https://core.ac.uk/download/pdf/89565359.pdf>

dan internasional. Berdasarkan hasil penelitian Amrin terdapat persamaan dan perbedaan dengan peneliti lakukan. Perbedaan tersebut terdapat pada media yang digunakan adalah koran. Sedangkan penelitian ini media yang digunakan adalah media *online*. Adapun persamaannya adalah sama-sama menggunakan jenis penelitian kualitatif dengan spesifikasi penelitian deskriptif.

Keempat, penelitian oleh Suseno dan Farid Rusdi dalam jurnal koneksi yang berjudul “Strategi Penyajian Berita Brilio.net (Studi Kasus: Media *Online* Menjangkau Generasi Milenial), terdapat pada jurnal Koneksi volume 3, nomor 1, pada bulan juli 2019.⁴⁵ Penelitian ini mengangkat tentang strategi penyajian berita yang dilakukan oleh media online Brilio.net guna menjangkau generasi milenial sebagai audiens sasaran. Penelitian ini menggunakan studi kasus dengan metodologi kualitatif. Hasil penelitian ini adalah menyajikan berita berdasarkan karakteristik generasi milenial semaksimal mungkin dengan maksud agar generasi milenial betah membaca berita Brilio.net melalui *gadget*-nya. Penyajian berita di media *online* Brilio.net menggunakan format listikal dan banyaknya *multimedia* atau foto dan video sebagai bentuk lain dalam menyajikan berita. Berdasarkan hasil penelitian Suseno dan Farid Rusdi terdapat persamaan dan perbedaan dengan peneliti lakukan. Perbedaan tersebut terletak pada metode yang digunakan yaitu deskriptif kualitatif, selain itu peneliti melakukan penelitian dengan metode studi kasus. Adapun persamaannya adalah sama-sama membahas tentang strategi penyajian berita di media *online*.

Kelima, penelitian oleh Susilawati dan Djudjur Luciana Radjaguguk dalam jurnal ilmu dan budaya yang berjudul “Strategi Pemberitaan Detik.Com dalam Penyebaran Berita Viral di *Website* www.detik.com”, terdapat pada jurnal ilmu dan budaya volume 41, nomor 68, pada bulan Juni 2020.⁴⁶ Penelitian ini mengangkat tentang bagaimana strategi pemberitaan yang dilakukan media *online* www.detik.com dalam menyebarkan berita yang sedang viral, dan

⁴⁵ Alvianne Suseno, dan Farid Rusdi, “Strategi Penyajian Berita Brilio.net (Studi kasus: Media *Online* Menjangkau Generasi Milenial)”, *Jurnal Koneksi*, Vol. 3. No. 1 (2019): 182-189, diakses pada tanggal 05 Januari 2022, <https://journal.untar.ac.id/index.php/koneksi/article/view/6202>

⁴⁶ Firda Susilawati, dan Djujur Luciana Radjaguguk, “Strategi Pemberitaan Detik.Com dalam Penyebaran Berita Viral di *Website* www.depok.com”, *Jurnal Ilmu dan Budaya*, Vol. 41. No. 68 (2020): 8027-8044, diakses pada tanggal 05 Januari 2022, <https://journal.untar.ac.id/index.php/koneksi/article/view/6202>

bagaimana tim redaksi melakukan strateginya yang dilakukan tim detik.com hingga membuat situs www.detik.com masuk kedalam top sites di Indonesia. Penelitian ini menggunakan jenis penelitian kualitatif. Hasil penelitian ini adalah strategi pemberitaan Detik.com dalam penyebaran berita viral di *website* www.detik.com sudah sesuai dengan kiat-kiat yang terdapat dalam manajemen redaksi POAC dalam memproduksi berita sebagai salah satu penguat dan penentu strategi pemberitaan. Detik.Com menekankan pada dua hal strategi, yaitu berita yang penting dan berita menarik yang banyak dibicarakan oleh masyarakat (viral). Strategi peliputan yang dilakukan tim redaksi Detik.Com dengan ritme yang cepat karena Detik.Com merupakan portal berita yang bersifat *real time*. Portal Detik.Com juga memanfaatkan media sosial seperti *twitter* sebagai sarana akses pembaca untuk mengunjungi *website* portal detik.com. Berdasarkan hasil penelitian Susilawati dan Djudjur Luciana Radjaguguk terdapat persamaan dan perbedaan dengan peneliti lakukan. Perbedaan tersebut terletak pada objek dan lokasi penelitian. Dalam penelitian ini yang menjadi fokus adalah Strategi Penyajiann Berita di Media Online Redaksi *Samin News* dalam Perspektif *Tabayyun (Check and Recheck)*. Adapun persamaannya adalah sama-sama membahas tentang penyebaran informasi melalui media *online*.

C. Kerangka Berpikir

Kerangka berpikir berfungsi untuk menghindari kerancuan penafsiran tentang analisis strategi penyajiann berita di media *online* redaksi *Samin News* dalam perspektif *tabayyun (check and recheck)*". Adanya kerangka berpikir ini memberikan data pemikiran bagi peneliti untuk diangkatnya subfokus penelitian, serta adanya landasan teori sebagai penguat peneliti.

Seiring dengan perkembangan zaman yang semakin maju di bidang teknologi dan informasi, penyebaran informasi dapat dilakukan dengan cepat praktis. Media yang dulunya berbasis cetak sekarang bertransformasi ke media *online*. Banyaknya media *online* yang berkembang, persaingan di industri media berlomba-lomba memperebutkan perhatian khalayak sebanyak mungkin. Banyaknya media *online* yang berkembang, tidak bisa dipungkiri banyak oknum yang tidak bertanggung jawab menyebarkan berita *hoax* yang kemudian dikonsumsi masyarakat luas. Mengenai ini peneliti membantu untuk menangani permasalahan bagaimana cara menerima berita dengan melakukan verifikasi atau *tabayyun* terlebih dahulu ketika mendapatkan informasi. Pada dasarnya seorang wartawan

selain bertugas menyajikan berita kepada publik menyangkut kepentingan umum, juga memiliki fungsi dan peranan yang sangat penting dalam mencegah terjadinya *hoax*. Sebelum berita tersebut dipublikasikan terlebih dahulu melakukan verifikasi (*check and recheck*), harus ada sumber yang jelas dan ada dua sumber yang berimbang. Pada penelitian ini membahas mengenai Strategi Penyajian Berita di Media Online Redaksi *Samin News* dalam Perspektif *Tabayyun (Check and Recheck)*.

Tujuan dari penelitian ini untuk mengetahui strategi redaksi *Samin News* dalam menyajikan berita di media *online* dalam perspektif *tabayyun (check and recheck)*”, mengetahui bagaimana redaksi *Samin News* dalam menjaga keakurasian berita, dan mengetahui faktor pendukung dan penghambat dalam menjaga keakurasian berita dalam perspektif *tabayyun (check and recheck)*”. Persaingan di industri teknologi informasi dan komunikasi yang semakin ketat, maka modal dan prioritas utama adalah dengan menarik perhatian dan kepercayaan masyarakat. Berita yang disajikan juga harus sesuai dan memperlihatkan hal-hal yang dianggap penting oleh masyarakat.

Pendekatan penelitian yang digunakan adalah pendekatan deskriptif kualitatif dan jenis penelitian lapangan (*field research*). Teori yang digunakan adalah Teori Ekologi Media.

Dalam Teori Ekologi Media terdapat tiga asumsi utama menurut pandangan Mc. Luhan berikut jabarannya.

1. Media melingkupi setiap tindakan di dalam masyarakat.
2. Media memperbaiki persepsi dan mengorganisasikan pengalaman kita.
3. Media membuat menyatukan seluruh dunia.

Teori Ekologi Media menjadikan media membentuk dan mengorganisasikan sebuah budaya, teori ini membahas mengenai lingkungan media, ide dan teknik, cara penyampaian informasi, dan kode komunikasi memainkan peran utama dalam kehidupan manusia.⁴⁷ Media *Samin News* memanfaatkan kemajuan teknologi internet dalam upaya penyebaran informasi di era persaingan media di Indonesia yang memberikan pengaruh terhadap masyarakat.

Selain mengetahui strategi penyajian berita, menjaga keakurasian berita, dan penelitian ini akan diketahui faktor yang menjadi pendukung dan penghambat dalam menjaga keakurasian berita di portal media *online Samin News*.

⁴⁷ Richard West dan Lyn H. Turner, “*Teori Komunikasi : Analisis dan aplikasi : Buku 2*”, (Jakarta: Salemba Humaika, 2008), 137-153.

Gambar 2. 2 Kerangka Berpikir

