

BAB II

LANDASAN TEORI

A. Efektivitas

Menurut bahasa, efektivitas berasal dari kata “*efektive*” yang berarti, ada pengaruhnya, akibatnya, kesannya, manjur, mujarab, mempan¹. Sedangkan dalam kamus komunikasi, komunikasi efektif (*effective communication*) merupakan komunikasi yang dilancarkan sedemikian rupa sehingga menimbulkan efek kognitif, efek afektif atau efek konatif (*behavioral*) pada komunikan, sesuai dengan tujuan komunikator². Pakar komunikasi mengukur efektivitas penggunaan atau kemampuan media dengan melakukan perbandingan antarmedia melalui khalayak atau sasaran (*audience*) sesuai pesan dan teknik penyampaian³.

Menurut H. Emerson Efektifitas (*effectiveness*) yaitu, “*Effectiveness is a measuring in term of attaining prescribed goals or objectives*”. Efektifitas ialah pengukuran dalam arti tercapainya sasaran atau tujuan yang telah ditentukan sebelumnya⁴. Efektivitas berasal dari kata efektif yang berarti berhasil⁵. Moh. Nazir memberikan pengertian efektivitas adalah suatu ukuran yang menyatakan seberapa jauh target kualitas, kuantitas, waktu yang dipakai telah sesuai dengan target yang dikehendaki. Efektivitas berorientasi kepada *output* dan kurang memperhatikan

¹WJS Poerwodarminto, *Kamus Umum Bahasa Indonesia*. (Jakarta: PN Balai Pustaka, 1976), h. 226

²Effendy, Onong Uchjana, *Kamus Komunikasi*. (Bandung, Mandar Maju. 1989)h.113.

³Willing Barus, *Sedia.Jurnalistik*;(Jakarta:Gelora Aksara Pratama.2010).h.18.

⁴Sunarjo.dkk, *Himpunan Istilah Komunikasi* (Yogyakarta: Liberty Yogyakarta, 1995).h.73

⁵Tim penyusun kamus pusat pembinaan dan pengembangan bahasa, *Kamus Besar Bahasa Indonesia* (Jakarta : Balai Pustaka, 1989), Hal. 219.

masalah *input*. Efektivitas mencakup mutu *output* dan pencapaian tujuan, serta kepuasan kelompok target⁶.

Adapun pengertian efektivitas menurut Prasetyo Budi Saksono adalah, efektivitas adalah seberapa besar tingkat kelekatan *output* yang dicapai dengan *output* yang diharapkan dari sejumlah *input*. Dari pengertian efektivitas tersebut dapat disimpulkan bahwa efektivitas adalah suatu ukuran yang menyatakan seberapa jauh target (kuantitas, kualitas dan waktu) yang telah dicapai oleh manajemen, yang mana target tersebut sudah ditentukan terlebih dahulu. Berdasarkan hal tersebut maka untuk mencari tingkat efektivitas dapat digunakan rumus⁷, sebagai berikut.

$$\text{Efektivitas} = \text{Output Aktual} / \text{Output Target} \geq 1$$

- a. Jika *output* aktual berbanding *output* yang ditargetkan lebih besar atau sama dengan 1 (satu), maka akan tercapai efektivitas.
- b. Jika *output* aktual berbanding *output* yang ditargetkan kurang daripada 1 (satu), maka efektivitas tidak tercapai.

Efektivitas memiliki beragam jenis, salah satunya adalah efektivitas organisasi. Sama halnya dengan teori efektivitas secara umum, para ahli pun memiliki beragam pandangan terkait dengan konsep efektivitas organisasi, Ndraha⁸, misalnya menyatakan bahwa. “Efektivitas organisasi adalah tingkat keberhasilan pencapaian tujuan organisasi (target) atau dengan rumus $E = R/T$. E: Efektivitas, R: Realisasi, T:

⁶Moh. Nazir, *Efektifitas Dalam Pembinaan Masyarakat Industri*, Makalah (Banda Aceh: MUI, 1987).

⁷ MP4 News, di akses dari <https://plus.google.com/115889506863191713336>. Pada rabu 11 Agustus 2016.

⁸ Syahir Muhammad, *Efektivitas Pelaksanaan Finger Print di IAIN Raden Fatah Palembang*. (Palembang: Idea Press Yoyakarta, 2015). h. 24-25

Target. R adalah proses dalam hal ini proses produksi, dan setiap proses terdiri dari input, throughput dan output”.

Dari definisi diatas, dapat disimpulkan bahwa efektivitas merupakan pengaruh dari suatu kegiatan yang disampaikan oleh suatu media baik perorangan, media cetak, televisi, tatap muka, dan sebagainya. Biasanya hasil dari efektivitas dapat dilihat setelah adanya reaksi dari komunikan atau pemirsa jika suatu pesan dapat tanggapan ataupun dapat merubah komunikan maka efektivitas tersebut dapat dikatakan mempunyai dampak. Kata efektivitas dapat juga diartikan sebagai tingkat keberhasilan yang dapat dicapai dari suatu cara ataupun usaha tertentu dengan tujuan yang ingin dicapai. Dapat disimpulkan juga bahwa suatu media informasi bisa dikatakan efektif ketika memenuhi kriteria, diantaranya mampu memberikan pengaruh, perubahan atau dapat membawa hasil. Ketika merumuskan tujuan intruksional, maka efektivitas dapat dilihat dari seberapa jauh tujuan itu tercapai. Semakin banyak tujuan tercapai maka semakin efektif pula media informasi tersebut.

Steers mengungkapkan bahwa cara yang terbaik untuk meneliti efektivitas ialah memperhatikan secara serempak tiga buah konsep yang saling berhubungan⁹. yaitu, (1) faham mengenai optimasi tujuan, (2) perspektif sistematika, dan (3) tekanan pada segi perilaku manusia dalam susunan organisasi. Steers melihat bahwa, penilaian efektivitas terkait pada tiga hal yaitu pemahaman terhadap optimasi tujuan organisasi, mengetahui perspektif sistematika, dan penekanan pada segi perilaku manusia dalam susunan organisasi. Ketiga hal ini adalah satu kesatuan yang

⁹ *Ibid.h.25*

membangun efektivitas. Agar dapat diukur, target harus dideduksi atau dijabarkan dari tujuan yang paling abstrak atau universal ketujuan yang paling konkret.

a. Indikator Efektivitas

Beberapa pendapat ahli mencoba untuk menguraikan dan menjelaskan tentang efektifitas. Gibson et al. Mengemukakan beberapa kriteria untuk dapat menilai efektivitas¹⁰, yakni.

1. Produktivitas
2. Kualitas
3. Efisiensi
4. Fleksibilitas
5. Kepuasan
6. sifat keunggulan dan pengembangan

Produktivitas hanya dapat diwujudkan apabila sumber daya yang ada dalam media informasi diberdayakan. Whitemore mengemukakan bahwa¹¹ “*Productivity is a measure of the use of the resources of an organization and is usually expressed as a ratio of the output obtained by the use resources to the amount of resources employed*”. Definisi produktivitas diatas dapat disimpulkan bahwa produktivitas merupakan perbandingan antara hasil yang dicapai dengan keseluruhan sumber daya yang digunakan. Whitemore menambahkan bahwa ada tujuh kunci untuk produktivitas yang tinggi, yaitu (1) keahlian (2) kepemimpinan (3) kesederhanaan

¹⁰ Syahir Muhammad, *Op.cit.*h.26

¹¹ *Ibid.* h. 28

organisasi dan operasional (4) kepegawaian (5) tugas (6) perencanaan (7) pelatihan manajerial khusus.

Kualitas memegang peranan kunci dalam efektivitas, karena tujuan dan organisasi/lembaga tanpa adanya kualitas, menjadi tidak efektif. Tjiptono mengemukakan bahwa secara spesifik tidak ada definisi kualitas yang bisa diterima, namun secara universal dan definisi yang ada terdapat beberapa persamaan, yaitu dalam elemen-elemen¹². a. Kualitas meliputi usaha memenuhi atau melebihi harapan pelanggan. b. Kualitas terhadap produk, jasa, manusia, proses, dan lingkungan. c. Kualitas merupakan kondisi yang selalu berubah (misalnya apa yang dianggap kurang berkualitas pada masa mendatang).

Triguno mengartikan kualitas sebagai standar yang harus dicapai oleh seseorang/kelompok/lembaga/organisasi mengenai kualitas sumber daya manusia, kualitas cara kerja, proses dan hasil kerja atau produk yang berupa barang dan jasa. Berkualitas mempunyai arti memuaskan kepada yang dilayani, baik internal maupun eksternal, dalam arti optimal pemenuhan atas tuntutan/persyaratan pelanggan/masyarakat. Kualitas pada dasarnya terkait dengan pelayanan yang terbaik, yaitu suatu sikap atau cara karyawan dalam melayani pelanggan atau masyarakat secara memuaskan¹³. Dari penjelasan diatas dapat disimpulkan bahwa kualitas merupakan kualitas yang dihasilkan oleh suatu organisasi/lembaga yang mempunyai unsur memuaskan khalayak/penerima informasi.

¹² *Ibid.* h. 26-27

¹³ *Ibid.* h. 29

Menurut Garvin, ada lima macam perspektif kualitas yang berkembang. Kelima macam perspektif inilah yang bisa menjelaskan situasi yang berlainan¹⁴, yang meliputi.

- a. *Transedental approach*, kualitas dipandang sebagai *innate excellence*, di mana kualitas dapat dirasakan atau diketahui, tetapi sulit didefinisikan dan dioperasionalkan.
- b. *Product based approach*, kualitas merupakan karakteristik atau atribut yang dapat dikuantitatifkan dan dapat diukur.
- c. *Used based approach*, kualitas tergantung pada orang yang memandangnya sehingga produk yang berkualitas paling tinggi.
- d. *Manufacturing based approach*, memperhatikan praktik-praktik perekayasaan dan pemanufakturan serta mendefinisikan kualitas sebagai kesesuaian/sama dengan persyaratan.
- e. *Value based approach*, memandang kualitas dari segi nilai dan harga. Dengan mempertimbangkan *trade off* antara kinerja dan harga, kualitas didefinisikan sebagai *affordable excellence*.

Tujuan setiap organisasi adalah efektif, bukan efisiensi karena tidak semua yang efisien itu efektif. Apa gunanya membuat sebuah organisasi atau sebuah sistem menjadi lebih efisien jika organisasi atau sistem itu sepenuhnya tidak efektif. Dalam hubungan ini, Obsorn dan Plastrik¹⁵, menyatakan. “ Warga negara yang demokratis

¹⁴ *Ibid.* h. 29-30

¹⁵ *Ibid.* h. 30

tidak hanya menuntut pemerintahan yang lebih murah, tetapi mereka menuntut pemerintahan yang berjalan dengan baik. Mereka lebih menginginkan nilai. Mereka lebih menginginkan tingkat mereka juga lebih menginginkan pekerjaan yang lebih bagus daripada pelatihan yang lebih murah”

Argumentasi yang dikemukakan oleh Osborn dan Plastrik itu menunjukkan tentang betapa pentingnya efektivitas dibandingkan efisiensi, tetapi bukan berarti efisiensi tidak penting dalam organisasi. Gambaran tentang efisiensi harus lebih mengedepankan efektivitas. Penjelasanannya adalah bahwa kombinasi yang paling efisien tentunya adalah yang dapat menghasilkan *output* (jika harga salah satu *input*-nya naik, harus ada *input* yang pemakaiannya dikurangi). Dalam keterkaitan ini, Atmosoprapto menyatakan bahwa efektivitas adalah melakukan hal yang benar, sedangkan efisiensi adalah melakukan hal secara benar, atau efektivitas adalah sejauh mana kita mencapai sasaran dan efisiensi berarti bagaimana kita mencampur segala sumber daya secara cermat¹⁶.

Kepuasan dan moral merupakan istilah yang serupa yang ditujukan pada seberapa besar organisasi/lembaga memuaskan kebutuhan karyawan. Ukuran kepuasan termasuk sikap karyawan, keluar masuk karyawan, tingkat absensi, keterlambatan dan keluhan. Unsur yang penting dalam konsep efektivitas adalah; yang pertama adalah pencapaian tujuan yang sesuai dengan apa yang telah disepakati secara maksimal, tujuan merupakan harapan yang dicita-citakan atau suatu kondisi tertentu yang ingin dicapai oleh serangkaian proses

¹⁶ *Ibid.* h. 30-31

B. Komunikasi

Terjadinya komunikasi adalah sebagai konsekuensi hubungan sosial (*social relations*). Masyarakat paling sedikit berhubungan dengan dua orang yang salingberhubungan satu sama lain, karena berhubungan, menimbulkan interaksi sosial (*social interaction*). Terjadi interaksi sosial disebabkan interkomunikasi (*intercommunications*)¹⁷. Wilbur Schramm menyatakan bahwa kata *communication* itu berasal dari kata latin “*communis*” yang berarti “*common*” (sama). Dengan demikian apabila kita akan mengadakan komunikasi maka kita harus mewujudkan persamaan antara kita dengan orang lain¹⁸. Kehidupan manusia tidak pernah lepas dari apa yang dinamakan dengan komunikasi. Dengan melakukan komunikasi, manusia bisa saling bertukar informasi, gagasan, ide, dan pengalaman. Adanya komunikasi akan membentuk suatu jaringan interaksi yang kompleks bagi manusia.

Menurut Lasswell, komunikasi adalah proses penyampaian pesan dari komunikator kepada komunikan melalui media yang menimbulkan efek tertentu, yang dijelaskan dengan menjawab pertanyaan *Who Says What In Which Channel To Whom With What Effect?* Komponen komunikasi adalah hal-hal yang harus ada agar

¹⁷Effendy Onong Uchyana, *Ilmu, Teori, Filsafat Komunikasi*, (Bandung PT. Citra Aditya Bakti, 2004). h.3.

¹⁸ Sunarjo, *Op.cit.*h. 143

komunikasi bisa berlangsung dengan baik. Menurut Laswell, komponen-komponen komunikasi¹⁹, adalah.

1. Komunikator (*source*) adalah pihak yang menyampaikan pesan.
2. Pesan (*message*) adalah isi atau maksud yang disampaikan oleh satu pihak kepada pihak lain.
3. Saluran (*channel*) adalah media dimana pesan disampaikan kepada komunikan.
4. komunikan (*receiver*) adalah pihak yang menerima pesan dari pihak lain.
5. Umpan balik (*effect*) adalah tanggapan dari penerimaan pesan atas isi pesan yang disampaikannya.

Jadi berdasarkan paradigma Laswell tersebut, komunikasi merupakan proses penyampaian pesan oleh komunikator kepada komunikan melalui media yang menimbulkan efek tertentu. Dengan perkataan lain, pesan (*message*) yang disampaikan komunikator kepada komunikan terdiri atas isi (*the content*) dan lambang (*symbol*).

Proses komunikasi terdiri dari dua tahap yaitu secara primer dan sekunder. Proses komunikasi secara primer adalah proses penyampian pikiran atau perasaan seseorang kepada orang lain dengan menggunakan lambang (*symbol*). Sedangkan proses komunikasi secara sekunder adalah proses penyampaian pesan dari seseorang kepada orang lain dengan menggunakan alat atau sarana sebagai media kedua setelah memakai lambang sebagai media pertama. Karena proses komunikasi sekunder

¹⁹Effendy Onong Uchyana, *Op.cit.* h. 12

merupakan sambungan dari komunikasi primer untuk menembus ruang dan waktu, maka dalam menata lambang-lambang untuk memformulasikan isi pesan komunikasi, komunikator harus memperhitungkan ciri-ciri atau sifat media yang akan digunakan. Penentuan media yang akan dipergunakan sebagai hasil pilihan dari sekian banyak alternatif perlu didasari pertimbangan mengenai siapa komunikan yang akan dituju²⁰.

Menurut Gordon I. Zimmerman et al, merumuskan bahwa kita dapat membagi tujuan komunikasi menjadi dua kategori besar. Pertama, kita berkomunikasi untuk menyelesaikan tugas-tugas yang penting bagi kebutuhan kita-untuk memberi makan dan pakaian kepada diri sendiri, memuaskan kepenasaran kita akan lingkungan, dan menikmati hidup. Kedua, kita berkomunikasi untuk menciptakan dan memupuk hubungan dengan orang lain. Jadi fungsi komunikasi mempunyai fungsi isi, yang melibatkan pertukaran informasi yang kita perlukan untuk menyelesaikan tugas dan fungsi hubungan yang melibatkan pertukaran informasi mengenai bagaimana hubungan kita dengan orang lain²¹.

Dalam komunikasi, pesan menjadi salah satu unsur penentu efektifitas tidaknya suatu tindak komunikasi. Pesan atau informasi adalah bahan yang disampaikan oleh komunikator dan ditangkap oleh komunikan. Pesan dan informasi dapat berupa data, fakta, pertanyaan-pertanyaan, ajakan, perintah dan lain-lain. Pesan dapat meliputi

²⁰*Ibid*.h12-17

²¹Mulyana Prof.Deddy,M.A.Ph.D. *Ilmu Komunikasi:* (Bandung. PT Remaja Rosdakarya.2013).h.4.

berbagai aspek kehidupan misalnya, masalah ekonomi, sosial, kebudayaan, politik, Agama dan lain-lain yang disampaikan dengan lambang verbal maupun non verbal²².

Istilah komunikasi sudah sedemikian lazim di kalangan kita, meskipun masing-masing orang mengartikan istilah itu secara berbeda-beda. Namun dari berbagai pengertian komunikasi diatas dapat disimpulkan bahwa komunikasi adalah proses penyampaian pesan, gagasan, pemikiran, atau informasi kepada orang lain. Komunikasi juga mempengaruhi perubahan perilaku, cara hidup dan nilai-nilai perubahan ini sejalan dengan perkembangan komunikasi yang semakin canggih. Pada Hakikatnya pun proses komunikasi menginginkan adanya efek, yakni efek dalam komunikasi adalah perubahan yang terjadi pada diri penerima (pendengar).

C. Komunikasi Massa

Definisi Komunikasi Massa yang paling sederhana dirumuskan oleh Brittner yaitu, *Mass communication is message communicated through a mass medium to a large number of people* (komunikasi massa adalah pesan yang dikomunikasikan melalui media massa pada sejumlah besar orang)²³. Komunikasi massa juga merupakan komunikasi melalui media massa, misalnya surat kabar, majalah, radio, televisi, film dan lain sebagainya. Pesan yang disebarkan melalui media massa bersifat umum (*public*) karena ditujukan kepada umum dan mengenai kepentingan

²²Saniyastuti, Marfuah Sri. *Pengantar Ilmu Komunikasi*. (Bandar Lampung: Gunung Pesagi, 1997). H. 4

²³Nurudin, *Pengantar Komunikasi Massa*, (Jakarta: PT Raja Grafindo Persada, 2014) Cet ke 6, h. 16-17.

umum. Jadi tidak ditujukan kepada perseorangan atau sekelompok orang tertentu²⁴. Sedangkan menurut Gerbner G, Komunikasi massa adalah produksi dan distribusi yang berlandaskan teknologi dan lembaga dari arus pesan yang kontinyu serta paling luas dimiliki orang dalam masyarakat industri²⁵.

Berdasarkan definisi diatas dapat disimpulkan bahwa komunikasi massa merupakan jenis komunikasi yang ditujukan kepada sejumlah khalayak yang tersebar, heterogen dan anonim melalui media cetak atau elektronik sehingga pesan yang sama dapat diterima secara serentak dan sesaat.

Efek komunikasi massa merupakan perubahan yang terjadi di dalam diri penerima, karena menerima pesan-pesan dari sumber. Efek dari komunikasi massa²⁶, adalah sebagai berikut.

1. Efek Kognitif

Efek Kognitif adalah bagaimana media massa membantu khalayak mempelajari informasi yang bermanfaat dan mengembangkan keterampilan.

2. Efek afektif

Efek afektif adalah efek media massa pada pembentukan dan perubahan sikap khalayak.

3. Efek Behavioral

²⁴*Ibid.* h. 20.

²⁵*Ibid.* h.153.

²⁶Rakhmat, Jalaluddin, *Metode Penelitian Komunikasi*, (Bandung: Remaja Rosda Karya, 1993). h. 223.

Efek behavioral adalah efek media massa yang mempengaruhi perilaku khalayak.

a. Media Informasi

Media informasi terus berkembang dan sangat diperlukan setiap saat karena melalui media informasi manusia dapat mengetahui informasi yang sedang berkembang, selain itu manusia juga bisa saling berinteraksi satu sama lain. Melalui media informasi juga sebuah pesan dapat tersampaikan dengan baik jika media yang dibuat tepat kepada sasaran dan informasi yang disampaikan bermanfaat bagi pembuat dan target. pentingnya media informasi pada masa ini, dikarenakan melalui media informasi manusia dapat mengetahui informasi dan dapat bertukar pikiran serta berinteraksi satu sama lainnya.

Media merupakan peralatan dengan mana isi komunikasi disampaikan oleh komunikator kepada komunikan. Sekalipun dalam kegiatan komunikasi sudah ada komponen komunikator, komunikan, serta isi komunikasi ataupun amanat namun komponen-komponen tersebut masih memerlukan alat penghubung yang memindahkan isi komunikasi/amanat dari komunikator kepada komunikan. komponen media dalam suatu komunikasi itu bukan saja bersifat mutlak akan tetapi memegang peranan pula dalam menentukan efektivitas dan efesiensi sesuatu komunikasi²⁷.

Kata media merupakan bentuk jamak dari kata medium. Medium dapat didefinisikan sebagai perantara atau pengantar terjadinya komunikasi dari pengirim

²⁷ Drs. Sunarjo. *Op.cit.* h. 188

menuju penerima. Media juga merupakan salah satu komponen komunikasi, yaitu sebagai pembawa pesan dari komunikator menuju komunikan. Sedangkan pengertian dari informasi secara umum informasi adalah data yang sudah diolah menjadi suatu bentuk lain yang lebih berguna yaitu pengetahuan atau keterangan yang ditujukan bagi penerima dalam pengambilan keputusan, baik masa sekarang atau yang akan datang²⁸. Media informasi dapat disimpulkan sebagai alat untuk mengumpulkan serta menyusun kembali sebuah informasi sehingga menjadi bahan yang bermanfaat bagi penerima informasi.

Jenis-jenis Media informasi, media informasi sebagai alat yang menyampaikan suatu informasi harus tepat sasaran agar dapat tersampaikan dengan baik pada target sasaran sehingga dapat bermanfaat bagi pembuat dan penerima informasi, media informasi dapat dibagi menjadi beberapa kelompok²⁹, yaitu.

1. Media lini atas, Merupakan media yang tidak langsung bersentuhan dengan target audiens dan jumlahnya terbatas tetapi jangkauan target yang luas, seperti billboard, iklan televisi, iklan radio, dan lain-lain.
2. Media lini bawah, Suatu media iklan yang tidak disampaikan atau disiarkan melalui media massa dan jangkauan target hanya berfokus pada satu titik atau daerah, seperti brosur. Poster, flyer, Sign System dan lainlain.
3. Media cetak, dapat berupa brosur, Koran, majalah, poster, pamphlet, spanduk, dan lain-lain.

²⁸ Holoskakashi, di akses dari <http://holiskakashi.blogspot.co.id/2012/11/pengertian-media-informasi.html> pada rabu 10 Agustus 2016.

²⁹ *Loc.cit.* Holoskakashi

4. Media elektronik, Media ini dapat disampaikan melalui radio, kaset, kamera, handphone, dan internet.

Informasi dapat dikatakan baik jika memiliki kriteria dan karakteristik³⁰, sebagai berikut.

1. *Information must be pertinent*

Informasi harus berhubungan. Pernyataan informasi harus berhubungan dengan urusan dan masalah yang penting bagi penerima informasi (orang yang membutuhkan informasi tersebut).

2. *Information must be accurate*

Informasi harus bebas dari kesalahan-kesalahan dan tidak memiliki bias atau menyesatkan. Informasi yang dihasilkan harus mencerminkan maksudnya. Keakuratan informasi seringkali bergantung pada keadaan.

3. *Information must be timely*

Informasi harus ada ketika dibutuhkan. Informasi yang datang pada penerima tidak boleh terlambat. Informasi yang sudah usang tidak akan mempunyai nilai lagi karena informasi merupakan landasan di dalam pengambilan keputusan.

4. *Relevan*

Informasi tersebut mempunyai manfaat untuk pemakainya. Relevansi informasi untuk tiap-tiap orang yang satu dengan yang lainnya pasti berbeda.

³⁰ Di akses dari <https://muhammadghazali.wordpress.com/tag/karakteristik-informasi-yang-baik/> pada jum'at 12 Agustus 2016

1. Media Massa

Dalam Kamus Besar Bahasa Indonesia, media massa adalah sarana dan masyarakat luas³¹. Media massa merupakan sarana dan saluran resmi sebagai alat komunikasi untuk menyebarkan berita dan pesan kepada masyarakat luas³². Dalam bahasa Indonesia digunakan istilah media massa yang berasal dari bahasa Inggris *mass media*. *Mass media* adalah singkatan dari *mass media of communication* atau *media of mass communication*³³. Media massa juga merupakan alat yang digunakan dalam penyampaian pesan-pesan dari sumber kepada khalayak (penerimaan) dengan menggunakan alat-alat komunikasi mekanis seperti surat kabar, film, radio, televisi³⁴.

Nurudin memberikan pengertian media massa adalah alat-alat dalam komunikasi yang bisa menyebarkan pesan secara serempak, cepat kepada *audience* yang luas, anonim dan heterogen, kelebihan media massa dibanding dengan jenis komunikasi lain adalah ia bisa mengatasi hambatan ruang dan waktu. Bahkan media massa mampu menyebarkan pesan hampir seketika pada waktu yang tak terbatas³⁵. Dari pengertian diatas, dapat ditarik kesimpulan bahwa media massa merupakan media yang digunakan untuk komunikasi massa, yang menyebarkan pesan secara serempak kepada khalayak luas.

³¹*Ibid.* h. 569

³²Nasrullah, Rulli, *Media Siber (cybermedia)*. (Jakarta: Kencana, 2014).h.4

³³Drs. Sunarjo. *Op.cit.* .h.185

³⁴Cangara, Hafied. *Pengantar Ilmu Komunikasi*. (Jakarta, PT. Raja Grafindo Persada.2000). h. 134-135

³⁵Nurudin, *Pengantar Komunikasi Massa*, (Jakarta: PT Raja Grafindo Persada, 2007). H.12

Liliweri menyebutkan empat macam motif yang berkaitan dengan kebutuhan khalayak dalam menggunakan media massa³⁶, yakni.

1. Motif informasi

Motif ini didasari dari kebutuhan khalayak akan informasi. Khalayak menggunakan media massa karena butuh informasi akan lingkungan sekitarnya

2. Motif identitas personal

Motif ini didasari dari kebutuhan khalayak untuk memperkuat sesuatu yang penting dalam kehidupannya.

3. Motif integrasi

Motif ini berkaitan dengan kebutuhan khalayak akan kelangsungan hubungan dengan masyarakat atau interaksinya dengan orang lain.

4. Motif Hiburan

Motif ini berkaitan dengan kebutuhan hiburan dan pelepas ketegangan dari masalah atau kebosanan.

Jenis-jenis media massa³⁷, yakni.

- A. Media Cetak

Media cetak adalah media yang terdiri dari lembaran kertas yang tertulis dengan sejumlah kata, kalimat, gambar, dan wacana yang ditata rapi serta berisikan berbagai macam informasi-informasi, ilmu pengetahuan dan

³⁶Liliweri, Alo. Memahami Peran Media Massa dalam Masyarakat. (Bandung:Citra Aditya Bhakti, 1993).

³⁷Di akses dari Share, Adex.blogspot.co.id. pada Senin, 01 Agustus 2016.

teknologi, hiburan, tips, lapangan pekerjaan, bisnis, aspirasi, opini, promosi dan juga mengenai kejadian di dalam dan di luar negara. Macam-macam media cetak, Surat Kabar, Majalah, Tabloid, Buku Teks, Newsletter dan Buletin

B. Media Elektronik

Media elektronik adalah sarana komunikasi yang mempergunakan peralatan elektronik sebagai prantara dalam penyampaian informasi. Macam-macam media elektronik yakni, Televisi, Radio, Handphone, Internet, Proyektor Video dan Komputer.

C. Media lainnya (langsung)

Media langsung (lainnya) adalah informasi yang kita dapat secara langsung dari narasumber atau alat-alat perantara lainnya yang menjadi media dalam penyampaian informasi. Macam-macam media langsung yakni, Benda Nyata, Model, Guru, Papan Tulis, Kertas, Pena.

2. Media Baru

Media *online* disebut juga *cybermedia* (media siber), *internet media* (media internet). Dan *new media* (media baru) dapat diartikan sebagai media yang tersaji secara *online* di situs web (*website*) internet. Pedoman Pemberitaan Media Siber (PPMS) yang dikeluarkan Dewan Pers mengartikan media siber sebagai “segala bentuk media yang menggunakan wahana internet dan melaksanakan kegiatan

jurnalistik, serta memenuhi persyaratan Undang-Undang Pers dan Standar Perusahaan Pers yang ditetapkan Dewan Pers³⁸.

Internet berasal dari jaringan komputer Departemen Pertahanan AS yang diciptakan pada 1969 yang disebut ARPAnet, singkatan dari *Advanced Research Project Agency Network*. Pentagon membangun jaringan untuk bertukar informasi dengan kontraktor militer dan universitas yang melakukan riset militer. Pada 1983, National Science Foundation, yang diberi tugas mempromosikan sains, mengambil alih proyek ini³⁹. Internet juga merupakan suatu metode yang mendunia untuk saling tukar menukar informasi dan berkomunikasi melalui komputer yang saling terkoneksi, termasuk situs web yang menawarkan banyak keuntungan berbagai macam manfaat⁴⁰.

Internet menurut Daryanto adalah kumpulan yang luas dari jaringan komputer besar dan kecil yang saling berhubungan menggunakan jaringan telekomunikasi yang ada di seluruh dunia dan seluruh manusia yang secara aktif beradaptasi sehingga menjadi sumber daya informasi yang sangat berharga. Adapun menurut Mac Bride internet adalah jaringan komunikasi global yang terbuka dan menghubungkan ribuan jaringan komputer melalui sambungan telepon umum maupun pribadi. Secara individual jaringan komponennya dikelola

³⁸Syamsul, Asep. *Jurnalistik Online*. (Bandung, Nuansa Cendikia. 2012). h.30

³⁹*Ibid*.h. 266

⁴⁰Morissan, Periklanan: *Komunikasi Pemasaran Terpadu* (Jakarta: Kencana Prenada Media Group, 2012).h. 317

oleh agen-agen pemerintah, universitas, organisasi komersial maupun sukarelawan⁴¹.

Istilah internet dan web sering dipakai bergantian untuk menyebut hal yang sama, dan menyebabkan banyak kebingungan. Jaringan dasar yang membawa pesan adalah internet. Ia berasal dari sistem komunikasi militer yang dibuat pada 1969. Internet enerasi awal hanya memuat teks. Web adalah struktur kode-kode yang mengizinkan pertukaran bukan hanya antarteks, tetapi juga grafis, video, dan audio⁴².

Dari pengertian di atas dapat disimpulkan bahwa internet merupakan jaringan global dari sumber komputasi yang membentuk *Superhighway*, sehingga dapat mengakses sumber-sumber informasi tanpa batas dan informasi yang sedang berkembang saat ini.

Menurut Winarno ada sejumlah manfaat internet yang banyak memberikan manfaat kepada para penggunanya. Adapun pemanfaatan internet⁴³, sebagai berikut.

- a. Sebagai media komunikasi adalah pertukaran data dan informasi baik yang berupa tulisan maupun gambar (diam atau bergerak).
- b. Sebagai sumber informasi salah satu kekuatan internet adalah menyediakan fasilitas yang berupa informasi bagi pengujungnya. Fasilitas yang disediakan ada yang berupa tulisan, gambar, file dan program, bahkan berupa film dan artikel buku.

⁴¹Mac Bride, *Menjelajahi Dunia Cyberspace Yang Sangat Luas*, (T.tp: Megapoin, 1997) h.42

⁴²*Ibid.*h. 263

⁴³Di akses dari <http://www.forumindramayu-org/index.php/topic.47.Html> pada senin 01 Agustus 2016.

- c. Perdagangan elektronik, melalui fasilitas ini perdagangan lebih bersifat efektif dan efisien baik dari segi penjualan, waktu dan tenaga bahkan bisa menghasilkan keuntungan yang lebih besar dari pada perdagangan yang bersifat konvensional.
- d. Hiburan dan pendidikan fasilitas yang disediakan pada layanan ini adalah bermain game secara *online*, mendengarkan radio tanpa pesawat radio, melihat televisi tanpa pesawat televisi, melihat film tanpa alat pemutar film serta mencari bahan referensi.
- e. Pertukaran file Salah satu kebutuhan pemakai internet adalah saling bertukar file dan dalam pertukaran file pengguna internet dapat menggunakan fasilitas yang bernama FTP (*File Transfer Protocol*).

Pada saat ini, media komunikasi massa sangat berkembang pesat terutama media *online*, dengan media *online* informasi dari belahan dunia manapun dapat diperoleh. Komunikasi mempengaruhi perubahan perilaku, cara hidup dan nilai-nilai perubahan ini sejalan dengan perkembangan komunikasi yang semakin canggih.⁴⁴

Media *online* bisa dikatakan sebagai media “generasi ketiga” setelah media cetak (*printed media*), koran tabloid, majalah, buku-buku, dan media elektronik. Media *online* merupakan produk jurnalistik online atau *cyber journalisme* yang didefinisikan sebagai “pelaporan fakta atau peristiwa yang diproduksi dan didistribusikan melalui internet”. Dalam perspektif studi media atau komunikasi massa, media *online* menjadi objek kajian teori “media baru” (*new media*), yaitu

⁴⁴AW. Widjaja, *ilmu komunikasi*, (Jakarta: Rineka Cipta, 2000), h. 74

istilah yang mengacu pada permintaan akses ke konten (isi/informasi) kapan saja, di mana saja, pada setiap perangkat digital serta umpan balik pengguna interaktif, partisipasi kreatif, dan pembentukan komunitas sekitar konten media, juga aspek generasi “*real-time*”⁴⁵.

Dengan media massa manusia memenuhi kebutuhannya akan berbagai hal. Salah satunya dengan media *online* yang tergolong media paling baru. Media massa *online* tidak pernah menghilangkan media massa lama tetapi mensubstitusinya. Media *online* merupakan tipe baru jurnalisme karena memiliki sejumlah fitur dan karakteristik dari jurnalisme tradisional. Fitur-fitur uniknya mengemuka dalam teknologinya, menawarkan kemungkinan-kemungkinan tidak terbatas dalam memproses dan menyebarkan berita⁴⁶.

Pertumbuhan media *online* di dorong berkat munculnya ruang kebebasan berekspresi yang semakin luas. Namun karena komputer, modem dan koneksi internet terus berkembang dan menjadi lebih cepat, beberapa pengguna media mulai menyadari kemungkinan-kemungkinan yang melekat dalam jurnalisme *online*, yaitu menjadikan media *online* sebagai suatu media yang berdiri sendiri.

Dalam fungsi yang ada, fungsi utama media *online* adalah fungsi *Surveillance*, yaitu memberikan informasi kepada khalayaknya. Tetapi bukan itu saja, media *online* juga mencakup semua fungsi komunikasi massa yang lain. Khalayak memiliki sifat-sifat sebagaimana yang ada pada konsep massa. Jadi

⁴⁵*Ibid*.h.30-31

⁴⁶Santana K, Septiawan, *Jurnalisme Kontemporer*, (Jakarta: Yayasan Obor Indonesia, 2005).h.137

khalayak media massa mempunyai sifat dan karakteristik, yaitu khalayak massa terdiri dari jumlah yang besar, ada di berbagai tempat, tidak interaktif kecuali dengan bantuan komunikasi telepon, terdiri dari lapisan masyarakat yang sangat heterogen, tidak terorganisir dan bergerak sendiri⁴⁷. Informasi sangat beragam, baik dalam jenis, tingkatan, maupun bentuknya. Dengan demikian maka fungsinya pun beragam pula karena akan bergantung pada manfaatnya bagi setiap orang yang kebutuhannya berbeda-beda⁴⁸. Begitupun bagi suatu media informasi, ia akan menyesuaikan informasi sesuai kebutuhan khalayak ramai.

Sumber informasi adalah data yang telah diolah menjadi bentuk yang berguna bagi penerimanya dan nyata, berupa nilai yang dapat dipahami di dalam keputusan sekarang maupun masa depan. Sumber informasi karya jurnalistik peristiwa atau pendapat yang mengandung nilai berita, masalah hangat (*current affairs*), dan masalah/hal yang unik, yang ada di dalam masyarakat⁴⁹.

Teknologi internet mengakibatkan bermunculan media *online* di Indonesia. Media *online* tidak hanya berkisar di *hard news* saja, tetapi sudah merambah ke berbagai aspek kehidupan. Target pasar yang dilirik pun semakin spesifik. Laki-laki maupun perempuan termasuk kalangan pegawai sudah menjadi konsumen utama media. Untuk meningkatkan kehidupannya, Pegawai membutuhkan informasi-

⁴⁷ *Ibid.* h.75

⁴⁸ M.Yusup Pawit, *Ilmu Informasi, Komunikasi, dan kepastakaan*. (Jakarta, PT Bumi Aksara, 2014). h . 15

⁴⁹ Wahyudi.J.B, *Dasar-dasar Jurnalistik Radio dan Televisi*;(Jakarta.Pustaka Utama Grafiti.1996).H.6

informasi terkini seputar kehidupannya. Dalam mencari informasi tersebut, pegawai menggunakan media.

a. Karakteristik Media *Online*

Karakteristik sekaligus keunggulan media *online* di bandingkan media konvensional (cetak/elektronik) identik dengan karakteristik jurnalistik *online*⁵⁰, antara lain:

- a) Multimedia: dapat memuat atau menyajikan berita/informasi dalam bentuk teks, audio, video, grafis, dan gambar secara bersamaan.
- b) Aktualitas: berisi info aktual karena kemudahan dan kecepatan penyajian.
- c) Cepat: begitu diposting atau diupload, langsung bisa di akses semua orang
- d) *Update*: pembaruan (*updating*) informasi dapat dilakukan dengan cepat baik dari sisi konten maupun redaksional, misalnya kesalahan ketik/ejaan. Kita belum menemukan istilah “ralat” di media *online* sebagaimana sering muncul di media cetak. Informasi pun disampaikan secara terus-menerus.
- e) Kapasitas luas: halaman web bisa menampung naskah sangat panjang.
- f) Fleksibilitas: pemuatan dan editing naskah bisa kapan saja dan di mana saja, juga jadwal terbit (*update*) bisa kapan saja, setiap saat.
- g) Luas: menjangkau seluruh dunia yang memiliki akses internet.

⁵⁰M. Romli Asep Syamsul. *Jurnalistik Online*. (Bandung: Nuansa Cendikia, 2012). h.33

- h) Interaktif: dengan adanya fasilitas kolom komentar dan chat room.
- i) Terdokumentasi: informasi tersimpan di “bank data” (*arsip*) dan dapat ditemukan melalui “*link*”, artikel terkait”, dan fasilitas “cari” (*search*).
- j) *Hyperlinked*: terhubung dengan sumber lain (*links*) yang berkaitan dengan informasi tersaji.

Hal inilah yang mampu menarik pembaca untuk lebih memilih mengakses media *online* dibanding media lainnya, media *online* juga memberikan berita-berita lengkap dan menarik sesuai dengan apa yang kita inginkan. perkembangan *website* atau berita semakin banyak dan terbukti dalam hal kemampuan menyajikan berita-berita hangat secara cepat dan mudah diakses daripada yang dapat dilakukan media cetak ataupun media penyiaran.

I. Portal Berita Online

Secara umum, portal berita dapat diartikan sebagai situs atau halaman web yang berisi mengenai berbagai jenis berita, mulai dari berita seputar politik, dalam negeri, luar negeri, olahraga, hingga berita ringan. Portal berita terdiri dari dua kata, yaitu portal dan berita. Portal memiliki pengertian sebagai situs atau halaman web, sedangkan berita dapat didefinisikan sebagai informasi terbaru mengenai sesuatu yang sedang terjadi yang disajikan melalui bentuk cetak, siaran, internet, atau dari mulut kemulut kepada orang banyak. Jadi dapat disimpulkan bahwa portal berita adalah situs yang menampilkan informasi mengenai informasi yang terjadi ke

masyarakat. keberadaan portal berita tidak terlepas dari segala hal yang berhubungan dengan berita, seperti jenis berita, bagian berita dan unsur berita⁵¹.

Dja'far H. Assegaff, mendefinisikan berita sebagai sebuah laporan tentang fakta atau ide yang terkini, yang dipilih oleh wartawan untuk disiarkan, yang dapat menarik perhatian pembaca, entah karena luar biasa, entah karena pentingnya, entah karena akibat yang ditimbulkannya, atau entah karena mencangkup segi-segi human interest seperti humor, emosi, dan ketegangan⁵².

Dalam praktik jurnalistik, berita menduduki posisi utama. Hampir seluruh isi surat kabar adalah berita. Setiap hari kitapun pasti mendengar atau membaca sebuah berita, sehingga begitu seringnya kita mengucapkan kata berita. lebih dari 99% isi sebuah media massa baik cetak maupun elektronik adalah berita, dengan demikian nyatalah berita merupakan bagian yang terpenting bagi sebuah media baik cetak maupun elektronik. Jadi apakah berita itu? Untuk memberikan definisi berita amatlah sulit banyak penulis dan sarjana-sajana publisistik mengalami kesukaran dalam merumuskan definisi berita, yang dapat mencangkup seluruh segi dari berita. Kalangan pakar jurnalistik mengakui bahwa membuat definisi berita itu sangatlah sulit.

Nothvlife, menekankan pengertian berita pada unsur keanehan atau ketidaklaziman, sehingga mampu menarik perhatian dan rasa ingin tahu (*curiosity*)⁵³.

⁵¹ Di akses dari <http://www.anneahira.com/portal-berita.htm> pada kamis 18 Agustus 2016.

⁵² Dja'far h. Assegaff, *Jurnalistik Masa Kini*, (Jakarta : Balai Aksara, 1982),h.24

⁵³ Asep Syamsul M. Romli, *Jurnalistik Praktis untuk pemula*, (Bandung: PT Remaja Rosdakarya, 2009),h.4

Namun Tom Clarke seorang Direktur sebuah Institut jurnalistik di London, mengatakan bahwa pada mulanya menurut suatu kisah yang diakui tidak dapat diuji kebenarannya, kata *News* (berita) berasal dari suatu singkatan (akronim) yaitu: N (*North*) atau utara, E (*East*) atau timur, W (*West*) atau barat dan S (*South*) atau selatan.⁵⁴ Berbeda dengan pendapat Dekan fakultas Jurnalistik (di Amerika biasa disebut *School of Journalism*) Universitas Missouri, Earl English dan Clarence Hach dalam bukunya yang berjudul “*Scholastic Journalism*), yang mengatakan : “*News is difficult to define, because it involves many variable factors.*” (Memberi batasan atau definisi berita adalah sukar, karena berita mencakup banyak faktor-faktor *variable*).⁵⁵ Dalam *pers* timur, Berita adalah suatu proses yang ditentukan arahnya⁵⁶. Berita adalah uraian tentang peristiwa atau fakta dan pendapat yang mengandung nilai berita dan yang sudah disajikan kedalam media massa priodik⁵⁷.

Namun Secara sosiologis berita adalah semua hal terjadi didunia.⁵⁸ Dan apabila dilihat berdasarkan definisinya, berita (*news*) bukan berarti daftar sesuatu yang selalu begini tetapi tidak pernah begitu.⁵⁹ Berita atau *news* adalah laporan peristiwa yang dimuat atau disiarkan di media massa berupa fakta atau gagasan, terdiri dari unsur 5W+1H, dan mengandung nilai-nilai berita. Struktur penulisannya terdiri dari empat

⁵⁴Sedia Welling Barus, *Jurnalis Petunjuk Teknis Menulis Berita*, (Jakarta : Erlangga, 2010), h.25

⁵⁵Dja'far H. Assegaff, *Jurnalistik Masa Kini*, (Jakarta : Balai Aksara, 1982),h.21

⁵⁶Hikmat Kusumaningrat, Purnama Kusumaningrat, *Jurnalistik Teori dan Praktek*,(Bandung : PT Remaja Rosdakarya, 2012),h. 32

⁵⁷J.B Wahyudi, *Dasar-dasar Jurnalistik Radio dan Televisi*, (Jakarta : Gramedia, 1994),h.27

⁵⁸As Haris Sumadiri, *Jurnalistik Indonesia Menulis Berita Dan Feature*,(Bandung : Simbiosis Rekatama Media, 2011),h. 63

⁵⁹Tom E. Rolnicki, C.Dow Tate, *Pengantar Dasar jurnalisme*,(Jakarta : Prenada Media Group, 2008),h.1

bagian yaitu *headline*, *dateline*, *Lead* dan *News body*).⁶⁰ Berita adalah informasi tetapi tidak semua informasi adalah berita, berita adalah informasi yang penting atau menarik bagi khalayak audien.⁶¹ Berita (*News*) adalah laporan peristiwa terbaru.⁶²

Pendapat Nothvlife, Tom Clarke, Wahyudi, dan dilihat dari definisinya di atas dapat disimpulkan bahwa berita merupakan laporan peristiwa fakta, penting, terbaru, lengkap, menarik, mempunyai nilai jurnalistik, yang dimuat atau disiarkan di media massa baik cetak maupun elektronik berupa fakta atau gagasan yang dapat menarik perhatian khalayak.

II. Berita online

Di era globalisasi ini, informasi dapat kita peroleh secara cepat dan mudah, informasi itu dapat kita peroleh dari berbagai media mulai dari media cetak seperti Koran, majalah, bulletin, atau media elektronik seperti televisi, dan media sosial. Jurnalistik *online* membawa perubahan penting dalam dunia jurnalistik, bukan saja dari segi bentuk media dan sajian, tapi juga wartawannya. Kini berkat jurnalistik *online*, berita dapat dengan mudah untuk di sebarakan sehingga khalayak dengan mudah memperoleh informasi baik yang baru serjadi maupun yang sedang terjadi.

Jurnalistik *online* disebut juga *cyber journalism*, jurnalistik internet, dan jurnalistik web, merupakan generasi baru jurnalistik setelah jurnalistik konvensional (jurnalistik media cetak, seperti surat kabar), dan jurnalistik penyiaran (broadcast journalism radio dan televisi). *Online* dipahami sebagai keadaan konektivitas

⁶⁰ Asep Syamsul M. Romli, *Op.cit.* h.19

⁶¹ Morrian, *Jurnalistik Televisi Mutakhir*, (Jakarta : Prenada Media Group, 2008), h.8

⁶² Asep syamsul M Romli, *Op.cit.* h. 68

(ketersambungan) mengacu kepada internet atau word wide web (www). *Online* merupakan bahasa internet yang berarti informasi dapat diakses di mana saja dan kapan saja selama ada jaringan internet (konektivitas). Dari pengertian tersebut, jurnalistik online dapat didefinisikan sebagai proses penyampaian informasi melalui media internet, utamanya *wibesite*⁶³.

Karakter jurnalistik *online* juga tergambar dalam elemen jurnalistik *online* yang disebutkan Rey G.Rosales dalam “*The Elemen Of Journalism*”⁶⁴. Jurnalistik *online* memiliki elemen multimedia dalam pemberitaannya yakni, *headline, text, picture, ghraphic, related link, audio, slide shows, animation, interactive features, and interactive games*. Karakter sekaligus keunggulan jurnalisme *online* yang tidak dimiliki oleh media konvensional informasi di online sangat cepat dan luas, pemuatan dan editing dapat dilakukan kapan saja dan dimana saja, jadwal terbit bisa setiap saat, menjangkau seluruh dunia, kemudahan dalam kecepatan penyajian.

Paul Bradshaw dalam “*basic Principal of online journalism*”⁶⁵ menyebutkan ada lima prinsip dasar jurnalistik *online* yang disingkat B-A-S-I-C, yakni *Brevity* (Keringkasan), *Adaptability* (kemampuan beradaptasi), *Scannability* (dapat dipindai), *Interactivity* (interaktivitas), *Community* (komunitas) dan percakapan. Penulisan dan penayangan berita *Online* hampir sama dengan penulisan dalam media cetak, khususnya surat kabar. Namun, perbedaannya dalam pola pemuatannya, di mana medianya adalah internet. Umumnya, ketika berita online dibuka, awalnya hanya

⁶³ Asep Syamsul M Romli. *Op.cit.* h. 38

⁶⁴ *Ibid.* h.16

⁶⁵ *Ibid.* h.13

muncul judul dan *lead* atau intro berita. Bila ingin mengetahui lebih jauh, pembaca atau pemirsa internet harus mengetahui lebih jauh, pembaca atau pemirsa internet harus membuka (meng-klik) halaman *link* lanjutannya⁶⁶.

Karya jurnalistik baik elektronik maupun cetak tentu memiliki kekurangan dan kelebihan masing-masing. Namun media cetak dan media elektronik akan tetap berkembang dan berinovasi ke arah yang lebih baik. Karena kedua karya jurnalistik ini adalah media untuk menyalurkan informasi ke pembaca, tentu selama informasi masih ada media cetak dan elektronik juga tetap akan ada dan tidak akan ditinggalkan.

Inti dari fungsi media sebagai penyampai pesan informasi adalah berita (news). Para wartawan atau jurnalis sendiri tidak selalu sepakat tentang definisi dari berita. Salah satu definisi yang berguna adalah berita merupakan laporan tentang sesuatu yang ingin atau perlu diketahui oleh orang-orang. Di Amerika Serikat, reporter biasanya menyampaikan berita tanpa berpihak⁶⁷.

⁶⁶*Ibid.*h.122

⁶⁷Vivian John, *Teori Komunikasi Massa*: (Jakarta, Kencana.2008). h.6.