

BAB II

TINJAUAN PUSTAKA

2.1 Rangkuman Teori XYZ

2.1.1 Dinamika

Dinamika adalah sesuatu hal yang bersifat berkemampuan atau bertenaga, serta selalu bergerak dan berubah-ubah. (Idrus:1996). Dari definisi yang lain dinamika adalah suatu bentuk perubahan, baik itu sifatnya besar-besaran atau kecil-kecilan, maupun secara cepat atau lambat, yang sifatnya nyata dan berhubungan dengan suatu kondisi keadaan. (Kartono : 2007)

Menurut Widan Zulkarnain; 2013 mendefinisikan dinamika adalah suatu hal yang mempunyai tenaga / kekuatan, selalu bergerak, berkembang serta bisa menyesuaikan diri terhadap keadaan tertentu. Dinamika terjadi karena adanya pengaruh baik dari luar maupun dari dalam yang membuat kondisi suatu hal menjadi berubah.

Dari uraian diatas dapat disimpulkan dinamika adalah bentuk perubahan dari suatu gejala, berdampak kecil atau besar berhubungan dengan suatu kondisi dan keadaan.

2.1.2 Perkembangan

Perkembangan dapat diartikan sebagai perubahan yang sistematis, progresif dan berkesinambungan dalam diri individu sejak lahir hingga akhir hayatnya atau dapat diartikan pula sebagai perubahan – perubahan yang dialami individu menuju tingkat kedewasaan atau kematangan.” Seseorang individu mengalami perkembangan sejak masa konsepsi, serta akan berlangsung selama hidupnya.” Perkembangan adalah proses yang berlangsung sejak konsepsi, lahir dan sesudahnya, dimana badan, otak, kemampuan dan tingkah laku pada masa usia dini, anak – anak, dan dewasa menjadi lebih kompleks dan berlanjut dengan kematangan sepanjang hidup. Hal ini didefinisikan oleh”(Dr siti aminah soepalarto, SpS (K). : 2008).

Dari definisi diatas dapat disimpulkan bahwa perkembangan adalah perubahan-perubahan menuju tingkat yang lebih baik (dewasa).

2.1.3 Komunikasi

Istilah komunikasi berpangkal pada perkataan latin *Communis* yang artinya membuat kebersamaan atau membangun kebersamaan antara dua orang atau lebih. Komunikasi juga berasal dari akar kata bahasa latin *Communico* yang artinya membagi (Cherry dalam Cangara, 2014:20).

Selain definisi diatas ada Mulyana, (2013:46) menyebutkan istilah pertama (*communis*) paling sering disebut sebagai asal kata komunikasi, yang merupakan akar dari kata-kata Latin lainnya yang mirip. Komunikasi menyarankan bahwa suatu pikiran, suatu makna, atau suatu pesan yang dianut secara sama.

Disisilain juga memuat sebuah definisi yang diumuskan oleh kelompok sarjana komunikasi yang mengkhususkan diri pada studi komunikasi antarmanusia (*human communication*) bahwa: “komunikasi adalah suatu transaksi, proses simbolik yang mengehndaki orang-orang mengatur lingkungannya dengan (1) membangun hubungan antar sesama manusia; (2) melalui pertukaran informasi; (3) untuk menguatkan sikap dan tikhah laku orang lain; serta (4) berusaha mengubah sikap dan tingkah laku itu”. (Cangara, 2014:22).

Menurut Cangara (2014:25) Komunikasi adalah proses penyampaian pesan dari seseorang kepada orang lain dengan tujuan untuk memengaruhi pengetahuan atau perilaku seseorang. Dari pengertian komunikasi yang sederhana ini, bisa dikatakan bawaha suatu proses komunikasi tidak akan bisa berlangsung tanpa didukung oleh unsur-unsur, pengirim (source), pesan (message), saluran/media (channel), penerima (receiver), dan akibat/pengaruh (effect).

Dari beberapa definisi di atas, dapat disimpulkan bahwa komunikasi adalah proses penyampaian pesan dari komunikator kepada komunikan melalui media yang menimbulkan efek atau timabal balik.

a. Komunikasi Massa

Pada komunikasi massa seorang pakar komunikasi Bitter (Ardianto,dkk,2012) menyebutkan bahwa komunikasi massa adalah pesan yang dikomunikasikan melalui media massa pada sejumlah besar orang (*mass communication is*

messages communicated through a mass medium to a large number of people). Dari definisi tersebut dapat diketahui komunikasi massa itu harus menggunakan media massa.

Selain pengertian diatas menurut Gerbner juga berpandangan sama (Ardianto,dkk,2012) “*massa communication is the tehnologically and institutionally based production and distribution of the most broadly shared continuous flow of message in industrial societies*”. (komunikasi massa adalah produksi dan distribusi yang berlandaskan teknologi dan lembaga dari arus pesan yang kontinyu serta paling luas dimiliki orang dalam masyarakat industri.

Menurut Meletzke (Ardianto,dkk,2003), komunikasi massa diartikan sebagai setiap bentuk komunikasi yang menyampaikan pernyataan secara terbuka melalui media penyebaran teknis secara tidak langsung dan satu arah pada publik yang tersebar. Istilah tersebar menunjukkan bahwa komunikan sebagai pihak penerima pesan tidak berada di satu tempat, tetapi tersebar di berbagai tempat.

Menurut Joseph A. Devito, (Effendy,1986) mendefinisikan komunikasi massa pada intinya merupakan penjelasan tentang pengertian massa serta tentang media yang digunakannya. Ia mengemukakan definisinya dalam dua *item*, yakni: pertama, komunikasi massa adalah komunikasi yang ditunjukan kepada massa, kepada khalayak yang luar biasa banyaknya. Ini tidak berarti bahwa khalayak meliputi seluruh penduduk atau semua orang yang menonton televisi, tetapi ini berarti bahwa khalayak itu besar dan pada umumnya agak sukar untuk didefinisikan. Kedua, komunikasi massa adalah komunikasi yang disalurkan oleh pemancar-pemancar yang audio dan / atau visual. Komunikasi massa barangkali akan lebih mudah dan lebih logis bila didefinisikan menurut bentuknya: televise, radio siaran, surat kabar, majalah dan film.

Menurut Rakhmat (Ardianto,dkk,2003) merangkum definisi-definisi komunikasi massa menjadi, “komunikasi massa diartikan sebagai jenis komunikasi yang ditunjukan kepada sejumlah khalayak yang tersebar, heterogen, dan anonym melalui media cetak atau elektronik sehingga pesan yang sama dapat diterima secara serentak dan sesaat.

Dari uraian di atas dapat disimpulkan bahwa komunikasi massa ialah komunikasi yang diarahkan atau ditujukan kepada sejumlah khalayak luas, secara tersebar, heterogen, dan anonym melalui sejumlah media massa sehingga pesan tersebar secara cepat di waktu yang sama dan cepat.

2.1.4 Media Massa

Kamus besar Bahasa Indonesia menjelaskan bahwa arti media yaitu alat (sarana) komunikasi, seperti koran, majalah, radio, televisi, film, poster, dan spanduk. (Rulli:2014) Kemudian media massa merupakan sarana dan saluran resmi sebagai alat komunikasi untuk menyebarkan berita dan pesan kepada masyarakat luas.

Selain pengertian di atas menurut Laughey dalam Rulli (2014) menyatakan definisi media massa sebagai teknologi yang mengomunikasikan pesan kepada khalayak yang berada dalam lokasi, negara, atau bahkan bagian dunia yang berbeda.

Media massa bahkan memiliki sifat dasar yang menunjukkan bahwa pesan diproduksi oleh satu sumber (terpusat) dan disebar ke semua, (Gossberg,2006). Pesan yang didistribusikan bersifat masif atau menyabar dengan tidak melihat demografis serta apa yang dibutuhkan oleh penerima pesan.

Berdasarkan definisi di atas, dapat disimpulkan bahwa media massa adalah sarana komunikasi massa untuk menyebarkan informasi secara luas kepada khalayak di suatu wilayah, dibagian negara bahkan bagian dunia sekalipun.

a. Jenis-jenis media massa

William, dkk. (2003) menyatakan media massa dapat dibedakan berdasarkan jenis-jenisnya, yaitu media massa cetak merupakan media dari kertas (surat kabar, tabloid, majalah, buku, *newsletter*, dan bulletin). Media massa elektronik yang menyebar informasi melalui suara, gambar, ataupun gambar dan suara ke dunia sekitarnya melalui teknologi elektro (listrik), seperti radio, televisi, dan film. Terakhir media online merupakan media massa yang dapat ditemukan melalui situs-situs di internet.

Menurut Ardianto,dkk (2003:103) menyebutkan media massa terbagi menjadi dua kategori yakni media massa cetak dan elektronik. Pada pernyataannya media online (internet) termasuk kedalam media elektronik.

Berikut uraian dari jenis-jenis media massa menurut Ardianto,dkk (2003:103)

1) Surat kabar

Surat kabar sebagai media massa dari masa kemasa. Misalnya dalam masa orde baru mempunyai misi menyebarluaskan pesan-pesan pembangunan dan sebagai alat mencerdaskan rakyat Indonesia. Ardianto,dkk (2003: 111-112)

Media massa memiliki empat fungsi diantaranya informasi, edukasi, hiburan dan persuasif, dari fungsi yang paling menonjol pada surat kabar adalah informasi.

Dari fungsi yang menonjol yang dimiliki surat kabar menjadi daya tarik bagi khalayak pembaca yaitu memiliki keingintahuan akan setiap peristiwa yang terjadi di sekitarnya. Karenanya sebagian besar rubrik surat kabar terdiri dari berbagai jenis berita. Namun demikian, sebagian fungsi hiburan surat kabar pun tidak terabaikan karena tersedianya rubrik artikel ringan, *feature* (laporan perjalanan, laporan tentang profil seseorang yang unik), rubrik cerita atau komik, serta cerita bersambung.

Selain fungsi diatas ada fungsi mendidik dan mengengauhi bagi pembacanya. Seperti yang disajikan surat kabar dalam rubrik atau kolom artikel ilmiah, tajuk rencana atau editorial dan rubrik opini. Fungsi pers, khususnya surat kabar pada perkembangannya bertambah, yakni sebagai alat kontrol sosial yang konstruktif.

Menurut Ardianto,dkk (2003:112-113) surat kabar memiliki karakteristik sebagai berikut:

a) Publisitas

Publisitas atau *publicity* adalah penyebaran pada public atau khalayak, Effendy dalam (Ardianto,dkk,2003:112).

Salah satu karakter komunikasi massa adalah pesan dapat diterima oleh sebanyak-banyaknya khalayak yang tersebar di berbagai tempat, karena pesan tersebut penting untuk diketahui umum, atau menarik bagi khalayak pada umumnya. Dengan demikian, semua aktivitas manusia yang

menyangkut kepentingan umum dan menarik untuk umum adalah layak untuk disebarluaskan. Pesan-pesan melalui surat kabar harus memenuhi kriteria tersebut.

b) Periodesitas

Periodesitas menunjukkan pada keteraturan terbitnya, bias harian, mingguan, atau dwi minggu.

Sifat periodesitas sangat penting dimiliki media massa, khususnya surat kabar. Setiap hari manusia selalu membutuhkan informasi. Bagi penerbit surat kabar, selama ada dana dan tenaga yang terampil, tidaklah sulit untuk menerbitkan surat kabar secara periodik.

c) Universalitas

Universalitas menunjuk pada kesemestaan isinya, yang beraneka ragam dan dari keseluruhan dunia. Dengan demikian atau isi surat kabar meliputi seluruh aspek kehidupan manusia, seperti masalah sosial, ekonomi, budaya, agama, pendidikan, keamanan dan lain-lain. Selain itu, lingkup kegiatannya bersifat lokal, regional, nasional bahkan internasional.

d) Aktualitas

Aktualitas menurut kata asalnya, berarti “kini” dan “keadaan sebenarnya” (effendi 1981).

Kedua istilah tersebut erat kaitannya dengan berita, karena definisi berita adalah laporan tercepat mengenai fakta-fakta atau opini yang penting atau menarik minat, atau kedua-duanya bagi sejumlah besar orang. (*news is the timely report of facts or opinion of either interest or importance, or both, to a considerable number of people*). Charnley (1965) dalam Ardianto,dkk, (2003).

Laporan tercepat menunjukkan pada “kekinian” atau terbaru dan masih hangat. (Ardianto,dkk,2003:113)

e) Terdokumentasi

Dari berbagai fakta yang disajikan surat kabar dalam bentuk berita atau artikel, dapat dipastikan ada beberapa diantaranya yang oleh pihak-pihak tertentu dianggap penting untuk diarsipkan atau di buat kliping.

2) Majalah

Mengacu pada sasaran khalayak yang spesifik, maka fungsi utama media berbeda satu dengan yang lainnya. Majalah berita seperti *Gatra* mungkin lebih berfungsi sebagai media informasi tentang berbagai peristiwa dalam dan luar negeri, dan fungsi berikutnya adalah hiburan.

Menurut Ardianto,dkk (2003:121-122) majalah memiliki kaakteristik sebagai berikut:

a) Penyajian lebih dalam

Frekuensi terbit majalah pada umumnya adalah mingguan, selebihnya dwiminggu. Bahkan bulanan (1x sebulan).

Majalah memiliki berita yang disajikan secara lengkap, karena dibubuhi latar belakang peristiwa. Unsur *Why* dikemukakan secara lengkap. Peristiwanya atau proses terjadinya peristiwa (unsur *how*) dikemukakan secara kronologis.

b) Nilai aktualitas lebih lama

Apabila nilai aktualitas surat kabar hanya berumur satu hari, maka nilai aktualitas majalah bias satu minggu. Nyatanya membaca majalah tidak pernah tuntas sekaligus. Pada hari pertama mungkin kita hanya membaca topik yang kita senangi atau topik yang relevan dengan profesi kita, hari esok dan seterusnya kita membaca topik lain sebagai referensi. Dengan demikian majalah mingguan baru tuntas kita baca dalam tempo tiga atau empat hari.

c) Gambar/ foto lebih banyak

Jumlah halaman majalah lebih banyak, sehingga selain penyajiannya mendalam, majalah juga dapat menampilkan gambar/foto yang lengkap, dengan ukuran besar dan kadang-kadang berwarna, serta kualitas kertas yang digunakannya pun lebih baik. Foto-foto yang ditampilkan majalah memiliki daya Tarik tersendiri, apalagi apabila foto tersebut sifatnya eksklusif.

d) Kover sebagai daya Tarik

Disamping foto, kover atau sampul majalah juga merupakan daya tarik tersendiri. Kover adalah ibarat pakaian dan aksesorisnya pada manusia. Kover majalah biasanya menggunakan kertas yang bagus dengan gambar dan warna yang menarik. Menarik tidaknya kover suatu majalah sangat bergantung pada tipe majalahnya, serta konsistensi atau kejelasan majalah tersebut dalam menampilkan ciri khasnya.

3) **Radio Siaran**

Menurut Ardianto,dkk (2003) Radio adalah media massa elektronik tertua dan sangat luwes. Selama hampir satu abad lebih keberadaannya, radio siaran telah berhasil mengatasi persaingan keras dengan bioskop, rekaman kaset, televisi, televisi kabel, *electronic games* dan *personal casset players*. Radio telah beradaptasi dengan perubahan dunia, dengan mengembangkan hubungan saling menguntungkan dan melengkapi dengan media lainnya (Dominik, 2000) dalam Ardianto,dkk (2003).

Keunggulan radio siaran adalah berada dimana saja, ditempat tidur (ketika orang akan tidur atau bangun tidur), di dapur, di dalam mobil, di kantor, di jalanan, di pantai dan berbagai tempat lainnya. Radio memiliki kemampuan menjual bagi pengiklan yang produknya dirancang khusus untuk khalayak tertentu.

Apabila surat kabar memperoleh julukan sebagai kekuatan keempat maka radio siaran mendapat julukan kekuatan kelima atau *the fifth estate*. Hal ini disebabkan radio siaran juga dapat melakukan fungsi kontrol sosial seperti surat kabar, disamping empat fungsi lainnya yakni memberi informasi, menghibur, mendidik, dan melakukan persuasi.

Faktor-faktor yang memengaruhi kekuatan radio siaran tersebut adalah sebagai berikut:

a) **Daya langsung**

Daya langsung radio siaran berkaitan dengan proses penyusunan dan penyampaian pesan pada pendengarnya yang relatif cepat. Radio siaran memiliki keunggulan yang tidak dimiliki surat kabar, yakni radio siaran jika memiliki berita yang sudah dikoreksi dan sudah di cek kebenarannya, dapat langsung dibacakan, bahkan radio siaran dapat menyiarkan suatu peristiwa

yang tengah berlangsung melalui siaran reportase atau siaran pandangan mata.

b) Daya tembus

Melalui benda kecil yang namanya radio siaran, dapat mendengarkan siaran berita dari BBC di London, atau ABC di Australia. Dengan mudah dapat memindahkan *channel* dari stasiun radio siaran satu kepada stasiun radio siaran lainnya, padahal jarak Indonesia dengan Inggris maupun Australia sangat jauh dipisahkan oleh luasnya lautan dan tingginya gunung. Dengan demikian radio siaran tidak mengenal jarak dan rintangan.

c) Daya Tarik

Daya Tarik ini disebabkan sifatnya yang serba hidup berkat tiga unsur yang ada padanya, yakni musik, kata-kata, dan efek suara (*sound effect*). Tulang punggung radio siaran ialah musik. Hampir radio siaran dikemas dalam bentuk hiburan, setidaknya acara siaran kata pun diselengi oleh musik atau efek suara. Efek suara tersebut menjadikan daya tarik sendiri bagi pendengar radio siaran.

Menurut Ardianto,dkk (2003) radio siaran memiliki karakteristik:

1. Auditori

Sifat auditori itu sebagai konsekuensi dari radio siaran untuk didengar. Karena kemampuan mendengar manusia itu terbatas, maka pesan komunikasi melalui radio siaran diterima dengan selintas, maka pesan komunikasi melalui radio siaran diterima dengan selintas.

2. Radio is the now

Ditinjau dari nilai aktualitas berita, mestinya radio siaran dibandingkan dengan media massa lainnya adalah yang paling aktual. Selain hitungan waktu dalam detik, proses penyampaian pesannya lebih simple. Radio siaran juga seringkali melakukan liputan langsung dari tempat kejadian. Dalam radio siaran, dikenal istilah *rewriting to update*.

3. Imajinatif

Karena hanya indra pendengaran yang digunakan oleh khalayak dan pesannya pun selintas, maka radio siaran dapat mengajak komunikasinya untuk berimajinasi. Imajinasi pendengar akan semakin intensif dalam acara

sandiwara radio, karena dalam sandiwara radio suasana dibuat sedemikian rupa agar menyerupai keadaan yang sesungguhnya.

4. Akrab

Sifat radio siaran yang lainnya adalah akrab atau intim. Seorang penyiar radio seolah-olah berada di kamar pendengar, menemani pendengar yang sedang belajar atau mengerjakan pekerjaan kantor, dan mengingatkan pendengar bahwa waktu sudah larut malam, jangan lupa mematikan kompor, menutup jendela dan lain-lain.

d) Gaya percakapan

Penyiar radio seolah-olah bertamu ke rumah atau menemui pendengarnya di mana pun mereka berada. Dalam keadaan demikian, tidak mungkin ia berbicara dengan semangat dan berteriak. Sekalipun pesannya didengar oleh ribuan orang, tapi pendengar berada di tempat yang terpisahkan dan bersifat pribadi. Penyampaian pesannya pun harus bergaya percakapan (*conversational style*). Karena itu, menulis naskah radio siaran haruslah sebagaimana kita berbicara kepada khalayak sasaran (*writer the way you talk*).

e) Menjaga mobilitas

Pada umumnya mendengarkan radio sambil melakukan aktivitas lain, seperti mengendarai mobil, menyetrika baju, makan, menulis, bahkan berbicara dengan orang lain. Mobilitas pendengar terjaga, karena pendengar tidak meninggalkan pekerjaan ketika mendengarkan radio.

4) Televisi

Fungsi televisi sama dengan media massa lainnya, tetapi fungsi menghibur lebih dominan pada media massa televisi sebagaimana hasil penelitian-penelitian yang dilakukan oleh mahasiswa fakultas Ilmu Komunikasi UNPAD, yang menyatakan bahwa pada umumnya tujuan utama khalayak menonton televisi adalah untuk memperoleh hiburan, selanjutnya untuk memperoleh informasi.

Menurut Ardianto,dkk (2003) televise memiliki karakteristik:

a) Audiovisual

Televisi memiliki kelebihan, yakni dapat didengar sekaligus dapat dilihat (*audiovisual*). Karena sifatnya yang audiovisual itu pula, maka acara siaran berita harus selalu dilengkapi dengan gambar, baik gambar diam seperti foto, gambar peta (*still picture*), maupun film berita, yakni rekaman peristiwa yang menjadi topik berita. Apabila siaran berita televisi tidak dilengkapi dengan unsur visual, sama saja dengan berita radio siaran. Jadi, penayangan film berita dalam siaran berita, selain untuk memanfaatkan karakteristik televisi, juga agar penonton memperoleh gambaran yang lengkap tentang berita yang disiarkan serta mempunyai keyakinan akan kebenaran berita. Sehingga penonton seolah-olah melihat peristiwa secara langsung.

b) Berpikir dalam gambar

Terdapat dua tahap yang dilakukan dalam proses berfikir dalam gambar. Pertama adalah visualisasi (*visualization*), yakni menerjemahkan kata-kata yang mengandung gagasan yang menjadi gambar secara individual. Dalam proses visualisasi, pengarah acara harus berusaha menunjukkan objek-objek tertentu menjadi gambar yang jelas dan menyajikannya sedemikian rupa, sehingga mengandung suatu makna. Objek tersebut bisa manusia, benda, kegiatan, dan lain sebagainya. (Effendy,1993).

Kedua dari proses berpikir dalam gambar adalah gambaran (*picturization*), yakni kegiatan merangkai gambar-gambar individual sedemikian rupa, sehingga kontinuitasnya mengandung makna tertentu.

c) Pengoprasian lebih kompleks

Pada jenis media dengan radio siaan, pengoprasian televisi lebih kompleks dan lebih banyak melibatkan orang. Untuk menayangkan acara siaran berita yang dibawakan oleh dua orang pembaca berita saja dapat melibatkan 10 orang. Mereka terdiri dari produser, pengarah acara, pengarah teknik, pengarah studio, pemandu gambar, dua atau tiga juru kamera, juru video, juru audio, juru rias, juru suara, dan lain-lain.

5) Film

Gambar bergerak (Film) adalah bentuk dominan dari komunikasi massa visual di belahan dunia ini. Lebih dari ratusan juta orang menonton film bioskop, film televisi dan film video laser setiap minggunya. Di Amerika Serikat lebih dari satu juta tiket film terjual setiap tahunnya (Agee, 2001). Film lebih dahulu menjadi media hiburan dibanding radio siaran dan televisi. Menonton film ke bioskop ini menjadi aktivitas populer bagi orang Amerika pada tahun 1920-an sampai 1950-an.

Industri film adalah industri bisnis. Predikat ini telah menggeser anggapan orang yang masih meyakini bahwa film adalah karya seni, yang diproduksi secara kreatif dan memenuhi imajinasi orang-orang yang bertujuan memperoleh estetika (keindahan) yang sempurna.

Sepertihanya televisi siaran, tujuan khalayak menonton film terutama adalah ingin memperoleh hiburan. Akan tetapi dalam film dapat terkandung fungsi informatif maupun edukatif, bahkan persuasif.

Faktor-faktor yang dapat menunjukkan karakteristik film sebagai berikut:

a) Layar yang luas/lebar

Film dan televisi sama-sama menggunakan layar, namun kelebihan media film adalah layarnya yang berukuran luas telah memberikan keleluasaan penontonnya untuk melihat adegan-adegan yang disajikan dalam film. Apalagi dengan kemajuan teknologi, layar film bioskop-bioskop pada umumnya sudah tiga dimensi, sehingga penonton seolah-olah melihat kejadian nyata dan tidak berjarak.

b) Pengambilan gambar

Sebagai konsekuensi layar lebar, maka pengambilan gambar atau *shot* dalam film bioskop memungkinkan dari jarak jauh atau *extreme long shot*, *panoramic shot*, yakni pengambilan pemandangan menyeluruh. *Shot* tersebut dipakai untuk memberikan kesan artistic dan suasana yang sesungguhnya, sehingga film menjadi lebih menarik.

c) Konsentrasi penuh

Pada saat menonton bioskop film di bioskop, bila tempat duduk sudah penuh atau waktu main sudah tiba, pintu-pintu ditutup, lampu dimatikan, tampak didepan kita layar luas dengan gambar-gambar cerita film tersebut. Semua mata hanya tertuju pada layar, sementara pikiran perasaan tertuju pada alur cerita.

Dalam keadaan demikian emosi seseorang terbawa suasana, seseorang akan tertawa terbahak-bahak manakala adegan film lucu, atau sedikit senyum dikulum apabila ada adegan yang menggelitik. Namun ada pula sesorang menjerit ketakutan bila adegan menyeramkan dan bahkan menagis melihat adegan menyedihkan.

d) Identifikasi Psikologis

Suasana di gedung bioskop disajikan untuk fokus terhadap film yang akan ditayangkan, membuat pikiran dan perasaan larut dalam cerita. Karena penghayatan amat mendalam, seringkali secara tidak sadar kita menyamakan (mengidentifikasi) pribadi kita dengan salah seorang pemeran dalam film itu, sehingga seolah-olah lah kita yang sedang berperan. Gejala ini menurut ilmu jiwa sosial disebut sebagai identifikasi psikologis Effendy (1981).

Pengaruh film terhadap jiwa manusia (penonton) tidak hanya sewaktu atau selama duduk di gedung bioskop, tetapi terus sampai waktu yang cukup lama, misalnya peniruan terhadap cara berpakaian atau model rambut.

6) Internet dan media online

William, dkk. (2003) media *online* merupakan media massa yang dapat ditemukan melalui situs-situs di internet.

Selain definisi diatas menurut laquey 1997 dalam Ardianto, dkk (2003) asal mula internet adalah terciptanya oleh suatu ledakan tak terduga di tahun 1969, yaitu dengan lahirnya Arpanet, suatu proyek eksperimen Kementrian Pertahanan Amerika Serikat bernama DARPA (Department of Defence Advanced Research Project Agency).

Misi awal sederhana yaitu mencoba menggali teknologi jaringan yang dapat menghubungkan para peneliti dengan berbagai sumber daya yang jauh seperti sistem komputer dan pangkalan data yang besar. Arpanet

berhasil membantu membudidayakan sejumlah jaringan lainnya, yang kemudian saling berhubungan. Dua puluh lima tahun kemudia sistem ini berevolusi menjadi suatu organisme yang semakin luas perkembangannya, yang mencakup puluhan juta orang dan ribuan jaringan.

Menurut Laquey (1997) dalam Ardianto,dkk (2003), internet merupakan jaringan longgar dari ribuan komputer yang menjangkau ribuan orang di seluruh dunia. Misi awalnya adalah menyediakan sarana bagi para peneliti untuk mengakses data dari sejumlah sumber daya perangkat keras komputer yang mahal. Namun, sekarang internet telah berkembang menjadi ajang komunikasi yang sangat cepat dan efektif, sehingga telah menyimpang jauh dari misi awalnya. Dewasa ini, internet telah tumbuh menjadi sedemikian besar dan berdaya sebagai alat informasi dan komunikasi yang tak dapat diabaikan.

Penggunanya kini mencakup berbagai kalangan, para pengelola media massa (penerbit surat kabar dan majalah, radio siaran dan televisi), penerbit buku, artis, guru, dosen, pustakawan, penggemar komputer dan pengusaha. Alasan penggunaanya pun beraneka ragam, mulai sekadar untuk berkomunikasi hingga mengakses informasi dan data yang penting.

Dari deskripsi media di atas dapat disimpulkan bahwa media massa memiliki karakteristik berbeda sesuai jenis media massanya. Media massa terdapat dua jenis yaitu media cetak dan elektronik. Media cetak meliputi koran, majalah dan sebagainya. Sedangkan media elektronik ada radio siaran, televisi, film termasuk internet.

b. Fungsi Media Massa

Fungsi media massa menurut Dominik dalam Elvinaro, dkk (2012) adalah sebagai berikut:

1) *Surveillance* (pengawasan)

Fungsi pengawasan terbagi kedalam dua bentuk:

- a) Fungsi pengawasan peringatan terjadi ketika media massa menginformasikan tentang ancaman dari angin topan, meletusnya gunung merapi, kondisi yang memprihatinkan, tayangan inflasi atau adanya serangan militer. Peringatan ini dengan serta merta dapat menjadi ancaman.

b) Fungsi pengawasan *instrumental* adalah penyampaian atau penyebaran informasi yang memiliki kegunaan atau dapat membantu khalayak dalam kehidupan sehari-hari. Berita tentang film apa yang sedang di mainkan di bioskop, bagaimana harga-harga saham di bursa efek, ide-ide tentang mode dan sebagainya, adalah contoh-contoh pengawasan industrimental.

2) *Interpretation* (penafsiran)

Fungsi penafsiran hampir mirip dengan fungsi pengawasan. Media massa tidak hanya memasok fakta dan data, tetapi juga memberikan penafsiran terhadap kejadian-kejadian penting. Organisasi atau industri media memilih dan memutuskan peristiwa-peristiwa yang dimuat atau ditayangkan.

Tujuan penafsiran media ingin mengajak para pembaca atau pemirsa untuk memperluas wawasan dan membahasnya lebih lanjut dalam komunikasi antarpersonal atau komunikasi kelompok.

3) *Linkage* (pertalian)

Media massa dapat menyatukan anggota masyarakat yang beragam sehingga membentuk *linkage* (pertalian) berdasarkan kepentingan dan minat yang sama tentang sesuatu. Kelompok-kelompok yang memiliki kepentingan yang sama tetapi terpisah secara geografis dipertalikan atau dihubungkan oleh media.

4) *Transmission of values* (penyebaran nilai-nilai)

Fungsi penyebaran nilai tidak kentara. Fungsi ini juga disebut *socialization* (sosialisasi). Sosialisasi mengacu kepada cara, di mana individu mengadopsi perilaku dan nilai kelompok. Media massa yang mewakili gambaran masyarakat itu ditonton, didengar dan dibaca. Media massa memperlihatkan bagaimana mereka bertindak dan apa yang mereka harapkan. Dengan kata lain, mereka mewakili kita dengan model peran yang kita amati dan harapkan untuk menirunya.

5) *Entertainment* (hiburan)

Fungsi dari media massa sebagai fungsi menghibur tiada lain tujuannya adalah untuk mengurangi ketegangan pikiran khalayak, karena dengan membaca berita-berita ringan atau melihat tayangan hiburan di televisi dapat membuat pikiran khalayak segar kembali.

Effendy dalam Elvinaro Ardianto (2012), mengemukakan fungsi media massa

1) Fungsi informasi

Fungsi memberikan informasi ini diartikan bahwa media massa adalah penyebar informasi bagi pembaca, pendengar atau pemirsa. Berbagai informasi dibutuhkan oleh khalayak media massa yang bersangkutan sesuai dengan kepentingannya.

Khalayak media massa berlangganan surat kabar, majalah, mendengar radio siaran atau menonton televisi karena mereka ingin mendapatkan informasi tentang peristiwa yang terjadi di muka bumi, gagasan atau pikiran orang lain, apa yang dilakukan, diucapkan, atau dilihat orang.

2) Fungsi pendidikan

Media massa merupakan sarana pendidikan bagi khalayaknya (*mass education*). Karena media massa banyak menyajikan hal-hal yang sifatnya mendidik. Salah satu cara mendidik yang dilakukan media massa adalah melalui pengajaran nilai, etika, serta aturan-aturan yang berlaku kepada pemirsa atau pembaca. Media massa melakukannya melalui drama, cerita, diskusi atau artikel.

3) Fungsi memengaruhi

Fungsi memengaruhi dari media massa secara implisit terdapat pada tajuk/editorial, *feature*, iklan, artikel, dan sebagainya. Khalayak dapat terpengaruh oleh iklan-iklan yang ditayangkan televisi ataupun surat kabar.

Dari uraian di atas dapat disimpulkan bahwa fungsi media massa terdapat fungsi pengawasan sebagai fungsi yang memberikan informasi berupa ancaman, gejala ekonomi dan politik, fungsi *Interpretation* (penafsiran) memberikan penafsiran terhadap kejadian-kejadian penting, *Linkage* (pertalian) sebagai penghubung personal dengan kelompok menyamakan persepsi walau pun lintas geografis, fungsi *Transmission of values* (penyebaran nilai-nilai) mengkonstruksi kehidupan dalam tayangan media ke kehidupan sehari-hari, fungsi informasi, sebagai sarana informasi, fungsi pendidikan sebagai sarana mendidik dan fungsi memengaruhi sebagai fungsi membujuk kepada khalayak.

c. Karakteristik media massa

Menurut William, dkk. (2003) karakteristik media massa sebagai berikut:

- a. Publisitas, yaitu disebarluaskan kepada publik atau orang banyak
- b. Universalitas, yaitu pesannya bersifat umum, tentang segala aspek kehidupan dan kepentingan umum masyarakat di berbagai tempat.
- c. Periodisitas, artinya disajikan secara tetap atau berkala misalnya setiap hari atau setiap minggu
- d. Kontinuitas, yaitu berkesinambungan sesuai dengan jadwal terbt.
- e. Aktualitas, yaitu berisi hal-hal yang baru menyangkut informasi kejadian terbaru.

Dari uraian di atas karakteristik media massa memiliki karakter, publisitas, universalitas, periodisitas, kontinuitas, dan aktualitas.

d. Media Massa Online

Media online memiliki istilah lain yaitu Digital Media, digital media adalah media yang tersaji secara *online* di internet. Dari artikel *online* Lentera Kecil pengertian media online dibagi dua, uraiannya sebagai berikut:

Pengertian media *online* secara umum, yaitu segala jenis atau format media yang hanya boleh diakses melalui internet mengandung teks, gambar, video, dan suara. Dalam pengertian umum ini, media online juga boleh dimaknai sebagai sarana komunikasi secara *online*. Dengan pengertian media *online* secara umum ini. Maka e-mail, mailing list, laman web, blog, whatsapp, dan media sosial masuk dalam kategori media online.

Pengertian media online secara khusus yaitu berkaitan dengan pengertian media dalam konteks komunikasi massa. Media adalah singkatan dari media komunikasi massa dalam bidang keilmuan komunikasi massa mempunyai ciri-ciri tertentu, seperti publisiti dan periodisitas.

M.Romli dan Asep Samsul media *online* adalah sebutan untuk sebuah bentuk media yang berasaskan telekomunikasi dan multimedia. Didalamnya terdapat portal, laman web, radio online, tv online, mail *online*, dan lain sebagainya dengan ciri masing-masing.

Kurnia, Irwan (2012) Media online adalah media berbasis telekomunikasi dan multimedia (computer dan internet). Kategori media online adalah portal, website,

radio online, TV online, dan email. Media online berupa situs berita yang dapat diklarifikasi menjadi lima kategori:

- a. Situs berita berupa edisi *online* dari media cetak surat kabar atau majalah, seperti media-indonesia.com
- b. Situs berita berupa edisi *online* dari media penyiaran radio, seperti Radio Nederland (nw.nl).
- c. Situs berita berupa edisi *online* media penyiaran televisi. Seperti CNN.com
- d. Situs berita *online* murni yang tidak terkait dengan media cetak/elektronik, seperti detikdotcom.
- e. Situs “indeks berita” yang hanya memuat link-link berita dari situs berita lain, seperti Yahoo! News.

Dari sudut pandang pemilik/publisher, jenis-jenis website dapat digolongkan menjadi enam yaitu:

- a. *News Organization Website*: situs lembaga pers atau penyiaran, misalnya edisi online, surat kabar, televisi, agen berita, dan radio.
- b. *Commercial Organization Website*: situs lembaga bisnis atau perusahaan, seperti manufaktur, retailer, dan jasa keuangan, termasuk toko-toko *online* dan bisnis *online*.
- c. Website Pemerintah di Indonesia di tandai dengan domain go.id, setneg.go.id dpr.go.id.
- d. Website Kelompok Kepentingan (Interest Group), termasuk website ormas, parpol, dan LSM.
- e. Website Organisasi Non-Profit seperti amal/grup komunitas.
- f. Personal Website (Blog).

Dari uraian diatas dapat disimpulkan bahwa media *online* adalah sarana komunikasi massa yang terhubung dengan saluran internet, dengan menyajikan informasi berupa teks, audio, visual dan audio visual.

2.1.5 Manajemen

Manajemen berasal dari kata kerja *manage* yang berarti memimpin, menangani, mengatur, membimbing. Kata manajemen juga berasal dari Bahasa Prancis kuno *Management*, yang memiliki arti seni melaksanakan dan mengatur. Wayne Mondy (1983) dan kawan-kawan mendefinisikan manajemen ialah proses perencanaan,

pengorganisasian, mempengaruhi, dan pengawasan untuk mencapai tujuan organisasi melalui koordinasi menggunakan sumber daya manusia dan materi.

Schoderbek, Cosier dan Aplin memberikan definisi manajemen sebagai sebuah proses untuk mencapai tujuan organisasi melalui pihak-pihak lain. Sementara itu Stoner mendefinisikan manajemen sebagai proses perencanaan, pengorganisasian, pengarahan dan pengawasan usaha-usaha para anggota organisasi dan penggunaan sumber daya organisasi lainnya agar mencapai tujuan yang telah ditetapkan. (Morissan,2009:126-127)

T.H Nelson dan Prof. Oey Liang Gie dalam Soedarsono (2014) berpendapat bahwa manajemen adalah paduan ilmu dan seni. Manajemen merupakan suatu kumpulan pengetahuan yang sistematis dan telah diterima sebagai kebenaran-kebenaran yang universal.

Agus Sabardi dalam Soedarsono (2014) menyatakan dengan ilmu manajemen, pengelola perusahaan mampu mengenali dan mempelajari masalah-masalah dengan baik, dan dengan seni manajemen, pengelola mampu menentukan sikap dan mengambil keputusan serta memecahkan masalah secara cepat dan tepat.

Dari definisi di atas dapat disimpulkan manajemen merupakan panduan ilmu untuk mempelajari bagaimana proses perencanaan, pengorganisasian, pelaksanaan dan pengawasan dapat berjalan dengan baik dan optimal untuk mencapai tujuan tertentu.

a. Fungsi-fungsi manajemen

Menurut Joan Gatro Liebler dalam Soedarsono (2014) manajemen memiliki empat fungsi diantaranya fungsi perencanaan, fungsi organisasi, fungsi penggiatan, dan fungsi pengawasan. Dari keempat fungsi itu dibawah ini akan diuraikan ssebagai berikut:

- 1) Perencanaan (*planning*) berfungsi mengidentifikasi sasaran dan tujuan yang sesuai dengan pendapat/asumsi anggota organisasi/perusahaan, dan pengembangannya secara spesifik.
- 2) Organisasi (*organizing*) berfungsi merinci pekerjaan ke dalam komponen-komponen, mengelompokkan aktivitas pekerjaan yang terkait dan otoritas hubungan atau posisi pelaksana kegiatan ke dalam struktur organisasi.

- 3) Penggiatan (*actuating*) berfungsi mengkomunikasikan target sasaran/tujuan kepada pelaksana/ pekerja, melakukan pengawasan dan pelatihan, serta pengintergrasian individu ke dalam organisasi/unit pekerjaan.
- 4) Pengawasan/evaluasi (*controlling*) berfungsi memastikan tindakan tidak ada permasalahan dalam pencapaian sasaran/tujuan,, mengoreksi bila terjadi kesalahan dan mengembangkan mekanisme umpan balik antar unit kegiatan.

Dari uraian diatas dapat ditarik kesimpulannya bahwa manajemen memiliki empat fungsi manajemen yaitu fungsi perencanaan, fungsi organisasi, fungsi penggiaan/ pelaksanaan, dan fungsi evaluasi/ pengawasan.

b. Karakteristik manajemen

Manurut Suprpto (2011) karakteristik dari manajemen adalah sebagai berikut:

- 1) Manajemen merupakan perpaduan antara ilmu dan seni untuk mencapai tujuan organisasi.
- 2) Manajemen adalah proses yang sistematis terkoordinasi dan kooperatif dalam usaha memanfaatkan sumber daya manusia dan sumber-sumber lainnya.
- 3) Manajemen mempunyai tujuan tertentu, berhasil tidaknya tujuan itu tergantung pada kemampuannya dalam menggunakan segala potensi yang ada.
- 4) Manajemen merupakan sistem kerja sama yang kooperatif dan rasional.
- 5) Manajemn didasarkan pada pembagian kerja, tugas, dan tanggung jawab yang teratur.

Dari uraian di atas karakteristik manajemen dapat ditarik kesimpulannya bahwa manajemen untuk mencapai tujuan organisasi, mengelola sumberdaya yang ada, membangun tim kerja yang profesional, dan membagi tugas sesuai arahan dan tanggung jawab.

c. Manajemen media massa

Menurut Junaedi (2014), manajemen media massa dapat diartikan sebagai sebuah ilmu yang mempelajari bagaimana pengelolaan media dengan prinsip-prinsip dan seluruh proses manajemennya dilakukan, baik terhadap media sebagai industri yang komersil maupun sosial.

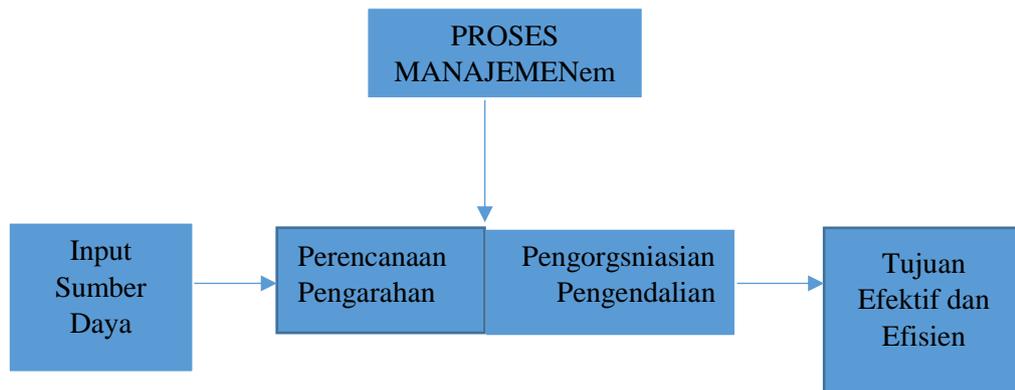
Disamping itu pengelolaan media tersebut meliputi berbagai aspek filosofis, metodologis dan praktis baik sebagai institusi komersial maupun sosial Siregar dalam Junaedi (2014)

Aspek manajemen terbagi menjadi empat. Pertama manajemen berkaitan dengan proses. Hal ini berarti bahwa manajemen bukan tindakan yang bersifat tunggal, namun serangkaian tindakan yang tertata dalam alur proses tertentu yang telah direncanakan sebelumnya. Kedua, manajemen melibatkan aspek sumberdaya manusia dan materi. Ini mengindikasikan bahwa dalam manajemen melibatkan orang lain, bukan merupakan tindakan yang dilakukan oleh satu orang saja, namun tindakan yang dilakukan oleh beberapa orang.

Ketiga, manajemen diarahkan untuk mencapai tujuan bersama dari organisasi. Ini berarti bahwa dalam manajemen selalu ada perencanaan yang dilakukan sebelum pelaksanaan dilakukan. Terakhir manajemen berkaitan dengan fungsi-fungsi manajemen menyangkut perencanaan, pengorganisasian, pelaksanaan dan pengawasan.

Selain aspek manajemen Menurut Effendy dalam Soedarsono (2014) Organisasi atau perusahaan memiliki fungsi fundamental yang mencakup 6 M yaitu *Men* (manusia), *Materials* (bahan), *Machines* (mesin), *Methods* (metode), *Money* (uang), dan *Markets* (pasar), agar setiap langkah maupun tindakan organisasi/perusahaan mengarah pada sasaran yang tepat.

Sumber daya dalam organisasi tersebut dikelola dengan tindakan-tindakan fungsi manajemen yang secara umum dikenal dengan POAC, yaitu *Planning*. (perencanaan), *Organizing* (pengorganisasian), *Actuating* (pelaksanaan), dan *Controlling* (pengawasan). Pendekatan sistem dalam menjalankan fungsi-fungsi manajemen dalam kegiatan organisasi digambarkan sebagai berikut:



2.1.3 Konsep Kaitan Antara Manajemen Dan Organisasi

Sumber : Mamduh dalam Soedarsono (2014)

Pada gambar tersebut menunjukkan, bahwa setiap pemimpin perusahaan berkeinginan menjalankan fungsi-fungsi manajemen dalam mencapai tujuan secara efektif dan efisien, dimana prestasi manajer diukur dari efektivitas dan efisiensi dalam mencapai tujuan organisasi/perusahaan.

Dari uraian di atas dapat disimpulkan bahwa manajemen media massa merupakan ilmu yang mempelajari pengelolaan media massa dengan prinsip dan pengelolaan media, untuk mencapai tujuan organisasi, baik media komersil atau pun media sosial.

2.1.6 Redaksi

Redaksi adalah struktur dan mekanisme yang terdapat di dalam pengelolaan media massa baik itu media *online*, media elektronik ataupun media cetak. Tugas redaksi adalah untuk menentukan apakah suatu kejadian tertentu bisa memiliki nilai berita atau tidak (Septiana Santana : 2005).

Selain itu menurut Alamsyah (2005:59) Redaksi adalah bagian atau sekumpulan orang dalam sebuah organisasi perusahaan media massa (cetak, elektronik, online) yang bertugas untuk menolak atau mengizinkan pemutaran sebuah tulisan atau berita melalui berbagai pertimbangan, diantaranya ialah bentuk tulisan berupa berita atau bukan, Bahasa, akurasi, dan kebenaran tulisan

Definisi diatas, secara ringkas dapat disimpulkan bahwa redaksi ialah sekumpulan orang tim atau tim kerja (team work) dalam sebuah organisasi media massa yang bekerja sama dan bersinergi untuk mencapai tujuan bersama yang tugas

utamanya ialah mempertimbangkan atau memilih berita mana yang layak muat dan tidak layak muat baik dari segi Bahasa, akurasi maupun kebenaran tulisan. Semuanya itu dipertimbangkan oleh redaktur pada sebuah media.

2.1.7 Manajemen Redaksi

Menurut Stefanus Akim menyebutkan manajemen redaksi adalah perencanaan, pengorganisasian, pengarahan, dan pengawasan terhadap pengadaan, pengembangan, kompensasi, integrasi dan pemeliharaan orang-orang dengan tujuan membantu mencapai tujuan organisasi (pers), individual dan masyarakat.

Pada manajemen media, terbagi dalam dua ruang lingkup manajemen, pertama manajemen perusahaan yang mengatur aspek bisnis dari media yang mengatur non jurnalistik. Manajemen ini meliputi pekerjaan promosi, percetakan, iklan, humas, sumberdaya manusia dan sebagainya. Kedua manajemen redaksional, yaitu manajemen dalam media yang mengurus aspek jurnalistik, mulai dari pencarian berita (*news gathering*) dan penulisan berita (*news writing*).

Manajemen redaksi *online* tidak jauh berbeda dengan manajemen redaksi cetak yang membedakan dari segi produknya. Pada manajemen redaksi ditangani oleh divisi atau bagian redaksi. Bagian redaksi dalam manajemen media mengemban tugas untuk mencari atau meliput berita dan selanjutnya menuliskan berita tersebut. Penulisan berita menuntut adanya kemampuan penyuntingan (*editing*) yang baik agar tidak banyak terjadi kesalahan penulisan yang akan menurunkan kualitas berita.

Menurut Stefanus Akim terdapat delapan fungsi manajemen redaksi yaitu fungsi perencanaan, dimana setiap fungsi manajemen selalu didahulukan dengan sebuah perencanaan. Berikut pemaparan delapan fungsi manajemen redaksi dalam sebuah media massa.

a. Fungsi perencanaan

Perencanaan dalam manajemen media menyangkut apa yang harus dilakukan dimasa mendatang, bagaimana hal tersebut harus dilakukan, siapa yang harus melakukan hal tersebut dan kapan hal tersebut harus dilakukan. Perspektif yang berorientasikan ke masa yang mendatang dalam fungsi

perencanaan ini berhubungan dengan visi dan misi organisasi. Karena fungsi perencanaan yang berkaitan dengan tujuan organisasi. Fajar Junaedi.2014;38)

Dari uraian di atas, maka dapat disimpulkan bahwa perencanaan ialah kegiatan merencanakan sesuatu untuk mencapai tujuan. George L. Morrissey (1982;274) Perencanaan yang mencakup semua kegiatan mulai dari pembahasan ide, orientasi, sampai dengan pelaksanaan proses pencarian berita.mencakup langkah-langkah sebagai berikut:

- 1) Menetapkan peran dan misi, yaitu menentukan sifat dan ruang lingkup tugas yang hendak dilaksanakan.
- 2) Menentukan wilayah sasaran, yaitu menentukan di mana pengelola media penyiaran haus mencurahkan waktu, tenaga dan keahlian yang dimiliki
- 3) Mengidentifikasi dan menentukan indikator efektivitas (*indicators of effectiveness*) dari setiap pekerjaan yang dilakukan.
- 4) Memilih dan menentukan sasaran atau hasil yang ingin dicapai.
- 5) Mempersiapkan rencana tindakan yang terdiri dari langkah-langkah sebagai berikut:
 - a. Menentukan urutan tindakan yang akan dilakukan untuk mencapai tujuan
 - b. Penjadwalan (*scheduling*) menentukan waktu yang diperlukan untuk mencapai tujuan atau sasaran.
 - c. Anggaran (*budgetting*) menentukan sumber-sumber yang dibutuhkan untuk mencapai tujuan.
 - d. Pertanggungjawaban menetapkan siapa yang akan mengawasi pemenuhan tujuan yaitu pihak yang menyatakan tujuan sudah tercapai atau belum.
 - e. Menguji dan merevisi rencana sementara (*tentative plan*).
- 6) Membangun pengawasan, yaitu memastikan tujuan akan terpenuhi.
- 7) Komunikasi menentukan komunikasi organisasi yang diperlukan untuk mencapai pemahaman serta komitmen pada enam langkah sebelumnya.
- 8) Pelaksanaan persetujuan mengenai komitmen untuk menjalankan supaya yang telah ditentukan, pendekatan apa yang paling baik, dan siapa saja yang terlibat.

b. Fungsi Pengorganisasian

Fajar Junaedi menyebutkan Fungsi pengorganisasian merupakan kegiatan-kegiatan penyusunan struktur organisasi dan sumber daya yang ada di organisasi dalam rangka mencapai tujuan organisasi.

Morrison (2008) terdapat dua aspek utama proses penyusunan struktur organisasi adalah departementalisasi dan pembagian kerja. Departementalisasi ialah pengelompokan kegiatan-kegiatan kerja suatu organisasi agar seluruh kegiatan yang sejenis dapat saling berhubungan dan dikerjakan bersama. (Fajar Junaedi.2014)

Dari definisi di atas, dapat disimpulkan bahwa fungsi pengorganisasian ialah proses kegiatan menyusun struktur organisasi sesuai tujuan-tujuan dan sumber-sumber.

c. Fungsi Pengarahan

Fungsi pengarahan berarti fungsi yang dijalankan pada media massa berupa pengarahan seseorang pemimpin agar para stafnya bersedia melaksanakan tugas dan memotivasi bawahan,serta menciptakan iklim atau suasana pekerjaan yang kondusif sehingga timbul saling pengertian, kepercayaan yang baik, menumbuhkan kembangkan disiplin kerja dan rasa saling memiliki.(Rosady Ruslan.2005)

Dari deinisi tersebut, fungsi pengarahan melakukan komunikasi persuasif untuk memotivasi bawahan supaya bersedi bekerja semaksimal mungkin untuk menghasilkan produktivitas yang baik sesuai tujuan organisasi.

Aspek penting dalam pengarahan adalah kemampuan untuk melakukan komunikasi secara efektif. Paparan kerja yang telah disusun dalam fungsi pengorganisasian perlu disampaikan pada individu-individu yang berada di organisasi. Penyampaian ini tentu hanya biasa dilakukan dengan kegiatan komunikasi yang efektif. (Fajar Junaedi.2014:45).

d. Fungsi Pengawasan

Menurut Robert J. Mockler (1972) mendefinisikan fungsi pengawasan ialah suatu -usaha sistematis untuk menetapkan standar pelaksanaan dengan tujuan-tujuan perencanaan, merancang sistem informasi umpan balik, membandingkan kegiatan nyata dengan standar yang telah ditetapkan sebelumnya, menentukan

dan mengukur penyimpangan-penyimpangan serta mengambil tindakan koreksi yang diperlukan untuk menjamin bahwa semua sumber daya perusahaan digunakan dengan cara paling efektif dan efisien dalam pencapaian tujuan-tujuan perusahaan.

Dari definisi diatas dapat disimpulkan bahwa fungsi pengawasan ialah fungsi yang di perankan pada setiap departemen di sebuah organisas untuk mengawasi jalannya setiap kegiatan. Pengawasan menjadi penting agar kualitas media tetap terjaga.

Pengawasan dilakukan bukan hanya diakhir proses manajemen, namun pada hakikatnya pengawasan melekat dilakukan sejak fungsi perencanaan, pengorganisasian dan pelaksanaan. Pengawasan melibatkan adanya pemberian penghargaan (reward) bagi individu yang berprestasi di organisasi dan sebaliknya. (Fajar Junaedi.2014;46-47).

e. Fungsi Pengembangan

Fungsi pengembangan ialah kegiatan yang terus menerus dilakuka bern (continued actuating) untuk mengembangkan dua elemen besar media massa yaitu: content (isi berita) dan staf redaksi itu sendiri. Fungsi pengembangan ini biasanya dilakukan oleh Divisi Litbang (Penelitian dan Pengembangan)

Ringkasnya, fungsi pengembangan ialah fungsi yang idealnya harus dijalankan oleh organisasi media agar bagaimana media itu dapat berkembang baik dalam lingkup intern maupun ektern. Setelah berkembang dengan baik, perlu kiranya dipikirkan kembali bagaimana media secara sehat. (Febriani, Salmah.2010:19)

f. Fungsi Kompensasi

Kompensasi adalah seluruh imbalan yang diterima karyawan atas hasil kerja karyawan tersebut. Perusahaan dalam memberikan kompensasi kepada paa pekerja lebih dulu melakukan penghitungan kinerja dengan membuat sistem penilaian. Sistem penilaian tersebut umumnnya berisi kriteria penilaian setiap pegawai. Budiman Riantio.(2010)

Definisi diatas terangkum bahwa fungsi kompensasi ialah fungsi yang dijalankan oleh atasan untuk dapat memberikan imbalan. Baik berupa materi maupun nonmateri kepada bawahannya sesuai apa yang telah ia usahakan untuk perusahaan tersebut.

6) Fungsi Integritas

Fungsi integritas memiliki dua pengertian, yaitu pengendalian terhadap konflik dalam suatu sistem sosial tertentu dan membuat suatu keseluruhan dan menyatukan unsur-unsur tertentu.

Fungsi integrasi dalam organisasi media dalam lingkup yang kecil difokuskan kepada hubungan antara satu staf dengan staf yang lain. Sedangkan untuk lingkup yang lebih besar ialah hubungan antara manajer dengan bawahan maupun pimpinan media dan bersinergi dengan baik. Fungsi integritasi juga dirasa patut dijalankan dalam organisasi media agar media itu dapat dikenal khalyak luas.(Febriani, Salmah 2010:21)

7) Fungsi Pemeliharaan

Menurut Rosady Ruslan memelihara orang-orang (staffing), meliputi menentukan persyaratan personil yang akan dipekerjakan, merekrut calon karyawan, menentukan *job description* dan persyaratan teknis suatu pekerjaan, melakukan penilaian dan pelatihan termasuk pengembangan kualitas dan kuantitas karyawan sebagai acuan untuk penyusunan setiap fungsi dan manajemen. Jadi dapat disimpulkan bahwa fungsi pemeliharaan ialah fungsi manajer agar staf dapat bekerja dengan maksimal, dengan pembagian yang adil.

John M. Echol dan Hasan Shadily , memberikan definisi mengenai media online. *On* berarti sedang berlangsung, dan *line* berarti garis, barisan, jarak, dan tema.

Dari uraian di atas, dapat disimpulkan bahwa manajemen redaksi adalah proses pengelolaan dapur redaksi mulai dari fungsi perencanaan, pengorganisasian, pengarahan, dan pengawasan, pengembangan, kompensasi, integrasi dan pemeliharaan dengan untuk mencapai cita-cita organisasi (pers).

2.1.6 Dinamika Perkembangan Manajemen Redaksi Media Online

Dari beberapa definisi dan beberapa uraian di atas, dinamika perkembangan manajemen redaksi media online pada umumnya sama. Hanya saja khusus untuk manajemen redaksi media online yang mengutamakan kecepatan karena menggunakan jaringan internet. Dapat disimpulkan bahwa dinamika perkembangan manajemen redaksi media *online* adalah proses perubahan dan perkembangan pengelolaan fungsi perencanaan, pengorganisasian, pengarahan, pengawasan, pengembangan, kompensasi, integrasi, dan pemeliharaan untuk mencapai tujuan media tersebut.

Penulis dalam menguraikan pembahasannya, menggambarkan perubahan dan perkembangan di lihat dari setiap periodenya. Hal ini berkaitan dengan pengukuran kinerja suatu perusahaan sangat berguna untuk membandingkan kinerja perusahaan periode lalu dan periode yang akan datang, sehingga dapat diketahui, kinerja mengalami perbaikan atau sebaliknya mengalami penurunan. (Handayani Dwi, 2010)

Penulis dalam menjabarkan pembahasan dinamika perkembangan manajemen redaksi media online dapat tergambar dari kinerja periode ke periode. Sehingga dapat diketahui mengalami perubahan.

2.2 Penelitian Terdahulu

Adapun penelitian terdahulu sebagai berikut:

2.2Tabel

Penelitian Terdahulu

Nama dan Lokasi Penelitian	Teknik Analisis Data	Hasil Penelitian	Perbedaan dengan penelitian yang dilakukan
Ina Salmah Febriani, bertempat lokasi penelitian di Kantor Redaksi <i>Republika Online</i>	Analisis Deskriptif Kualitatif	Mendeskripsikan kondisi secara real bagaimana penerapan manajmen redaksi di media <i>online</i> <i>Republika</i> pada kepemimpina Irfan Junaedi. Peneliti memaparkan aspek manajemen yang digunakan juga beberapa hal yang belum di lakukan oleh media tersebut	Perbedaannya, pada penelitian tersebut memparkan aspek manajemen pada tahun 2010 sedangkan penulis meneliti dinamika perkembangan manajemen media <i>online</i> dari masa ke masa. Penulis lebih rinci menjelaskan dinamika perkembanganmanajemen media <i>Republika Online</i> dari setiap periode kepemimpinan dari awal sampai sekarang.
Reni Nuraini Putri Habibi, lokasi penelitian	Analisis Deskriptif	Menggambarkan secara keseluruhan mengenai manajemen redaksi pada	Perbedaannya penelitian dilakukan pada objek yang berbeda, peneliti terdahulu objeknya pada koran, sedangkan penulis pada media <i>online</i> .

<p>di Kantor Redaksi Harian Republika</p>		<p>Harian Republika. Republika memiliki karakteristik dengan koran lain dan distribusi yang cepat dibanding koran yang lain. Keberhasilan tersebut karena menggunakan pengelolaan manajemen yang baik.</p>	
<p>Sarjoko</p>	<p>Deskriptif Kualitatif</p>	<p>Penerapan POAC pada NU <i>Online</i> cukup baik. NU <i>Online</i> memperkuat perencanaan dengan mengadakan rapat rutin, tanggung jawab setiap individu tinggi, hingga berdampak pada hasil berita tetap intens. Namun ada aspek perbaikan pada struktur redaksi serta</p>	<p>Penelitian ini membongkar penerapan aspek manajemen pada objek. Tergambar kelebihan dan kekurangannya. Sedangkan penulis meneliti aspek manajemen dari awal mula berdiri sampai sekarang sehingga lebih jelas tergambar perkembangan dari awal sampai sekarang.</p>

		<p>mekanisme pencabutan berita karena melanggar pedoman pemberitaan media <i>cyber</i>.</p>	
<p>Rizki Ramadhan, lokasi penelitian di Redaksional Pasoepati.Net</p>	<p>Deskriptif Kualitatif</p>	<p>Penerapan manajemen redaksi pada Pasoepati.Net telah dilakukan sudah secara baik. Namun demikian, ada beberapa hal-hal yang seharusnya diperbaiki agar kedepannya website Pasoepati.Net masih bias eksis dalam hal tempat pencarian berita-berita tentang Persis Solo</p>	<p>Penelitian ini menunjukkan gambaran besar media dan manajemen yang diterapkan sehingga menggambarkan media onlie yang sangat bersaing. Sedangkan penulis meneliti seluruh aspek manajemen bukan hanya pada saat eksisnya namun dilihat dari awal perkembangan meniti karir, sampai eksis hari ini.</p>
<p>Fista Putri Nodia, lokasi penelitian di Redaksi Berita Media Holdings</p>	<p>Deskripsi Kualitatif</p>	<p>Penelitian ini menunjukkan bahwa praktik konvergensi dalam <i>single</i> newsroom terlihat dengan fasilitas keranjang berita</p>	<p>Penelitian ini menunjukkan bahwa dengan strategi manajemen yang baik pada media <i>online</i> dengan sumberdaya terbatas dapat menguntungkan berbagai hal sedangkan penulis meneliti berbagai aspek manajemen dari</p>

		<p>bersama. Hal ini turut melahirkan konsep sumber daya bersama, promosi silang, pemimpin dan alur kerja menyatu. Kondisi ini menguntungkan antar media karena dengan sumber daya yang terbatas tetap mampu menghasilkan konten yang maksimal.</p>	<p>awal mula berdiri sampai sekarang.</p>
--	--	--	---

2.3 Kerangka Pemikiran

Media *online* merupakan sebuah sarana komunikasi yang digunakan masyarakat yang dapat digunakan untuk mengakses berbagai informasi secara luas. Media *online* yang dapat diakses melalui internet memudahkan berbagai informasi dapat diperoleh. Menurut Laquey (2012), yang membedakan internet dengan teknologi komunikasi tradisional adalah tingkat interaksi dan kecepatan yang dapat dinikmati pengguna untuk menyiarkan pesan. Tak ada media yang memberi setiap penggunanya kemampuan untuk berkomunikasi secara seketika dengan ribuan orang.

Keberadaan media *online* pada persaingan media sangat berpengaruh besar. Sebagaimana masyarakat lebih memilih media yang cepat dan praktis. Kini informasi cepat dan mudah didapat hanya melalui satu gengaman saja yaitu melalui *handphond*.

Keberadaan media massa kini disaingi dengan adanya internet, persaingan itu memicu pemilik media untuk melakukan akselerasi mengikuti perkembangan jaman. Jika tidak siap-siap media konvensional tenggelam bahkan mati.

Media *online* yang ideal media yang banyak di baca orang. Media manapun baik media cetak, media elektronik maupun media *online* banyak diminati dan dilirik masyarakat maka roda media akan berjalan. Kehidupan media, terkadang peranan iklan penting guna mendapat pemasukan. Karena produksi pada media massa memerlukan biaya tidak sedikit tapi keuntungannya sedikit. Tentu mempertahankan jumlah pengiklan yang banyak. Bukanlah hal yang mudah, membutuhkan strategi media.

Media massa *online* pula membutuhkan berbagai strategi supaya dapat memunculkan produk jurnalistik yang diterima masyarakat dan sesuai kaidah. Hal ini memerlukan pengelolaan manajemen redaksi yang ideal. Jika manajemen tersebut tidak digunakan maka media online tidak seideal yang dilihat bahkan tidak ada produk yang dihasilkan.

Pada penelitian ini penulis merumuskan kerangka pemikiran pada aspek manajemen redaksi pada media *Republika Online*. Manajemen menjadi tonggak utama pada sebuah intansi/perusahaan supaya mencapai tujuan sesuai perencanaan.

Menurut Fajar Junaedi (2014;12) Dalam analogi bahwa media massa adalah sama dengan mahluk hidup, media massa harus bertahan (*survive*). Pada saat yang sama populasi media massa ini harus mampu mempertahankan hidupnya di tengah-tengah

persaingan media yang lain. (Budi, 2011;78). Dalam tatanan demokratis, media massa dituntut untuk dikelola dengan menggunakan prinsip manajemen media yang professional. (Fajar Junaedi. 2014)

Maka dari itu keberhasilan dan kegemilangan sebuah media karena menjalankan manajemen yang baik. Menurut Anif Punto Utomo aspek manajemen terbagi menjadi empat. Pertama manajemen berkaitan dengan proses. Hal ini berarti bahwa manajemen bukan tindakan yang bersifat tunggal, namun serangkaian tindakan yang tertata dalam alur proses tertentu yang telah direncanakan sebelumnya. Kedua, manajemen melibatkan aspek sumberdaya manusia dan materi. Ini mengindikasikan bahwa dalam manajemen melibatkan orang lain, bukan merupakan tindakan yang dilakukan oleh satu orang saja, namun tindakan yang dilakukan oleh beberapa orang.

Ketiga, manajemen diarahkan untuk mencapai tujuan bersama dari organisasi. Ini berarti bahwa dalam manajemen selalu ada perencanaan yang dilakukan sebelum pelaksanaan dilakukan. Terakhir manajemen berkaitan dengan fungsi-fungsi manajemen menyangkut perencanaan, pengorganisasian, pelaksanaan dan pengawasan.

Aspek manajemen tersebut tentunya diterapkan di media. Pada manajemen media, terbagi dalam dua ruang lingkup manajemen, pertama manajemen perusahaan yang mengatur aspek bisnis dari media yang mengatur non jurnalistik. Manajemen ini meliputi pekerjaan promosi, percetakan, iklan, humas, sumberdaya manusia dan sebagainya. Kedua manajemen redaksional, yaitu manajemen dalam media yang mengurus aspek jurnalistik, mulai dari pencarian berita (news gathering) dan penulisan berita (news writing).

Media online perlu pengelolaan fungsi manajemen yang baik supaya mencapai keberhasilan dan mendapat kepercayaan pula dari masyarakat. Maka dari itu, untuk meneliti dinamika perkembangan manajemen redaksi pada media online, diperlukan penelitian dari tiap periode kepemimpinan. Karena setiap kepemimpinan memiliki ciri khas manajemen redaksi masing-masing.

Menurut Stefanus Akim, manajemen redaksi adalah perencanaan, pengorganisasian, pengarahan, dan pengawasan terhadap pengadaan, pengembangan,

kompensasi, integrasi dan pemeliharaan orang-orang dengan tujuan organisasi (pers), individual dan masyarakat.(Ina Salmah Febriani. 4;2010)

Pada pembahasan ini penulis menguraikan delapan aspek manajemen redaksi dari Stefanus Akim. Untuk memudahkan dalam proses penyusunan data, dari delapan aspek manajemen tersebut digolongkan menjadi tiga garis besar dalam penelitian ini. Hal ini didasari untuk memudahkan penulis menyusun data temuan dilapangan. Sehingga dapat terangkum siklus dinamika perubahan perjalanan ROL dari awal sampai sekarang.

Pada delapan aspek manajemen redaksi dari Stefanus Akim diantaranya, perencanaan, pengorganisasian, pengarahan, pengawasan, pengembangan, kompensasi, integrasi dan pemeliharaan. Dari delapan aspek manajemen redaksi tersebut penulis menggolongkan menjadi tiga pembahasan. Pertama aspek perencanaan, digolongkan dengan pengorganisasian, pengarahan dan pengawasan. Kedua aspek yang berkaitan dengan sumber daya manusia digolongkan pada pembahasan aspek kompensasi, integrasi dan pemeliharaan. Ketiga aspek pengembangan dibahas pada poin terakhir.

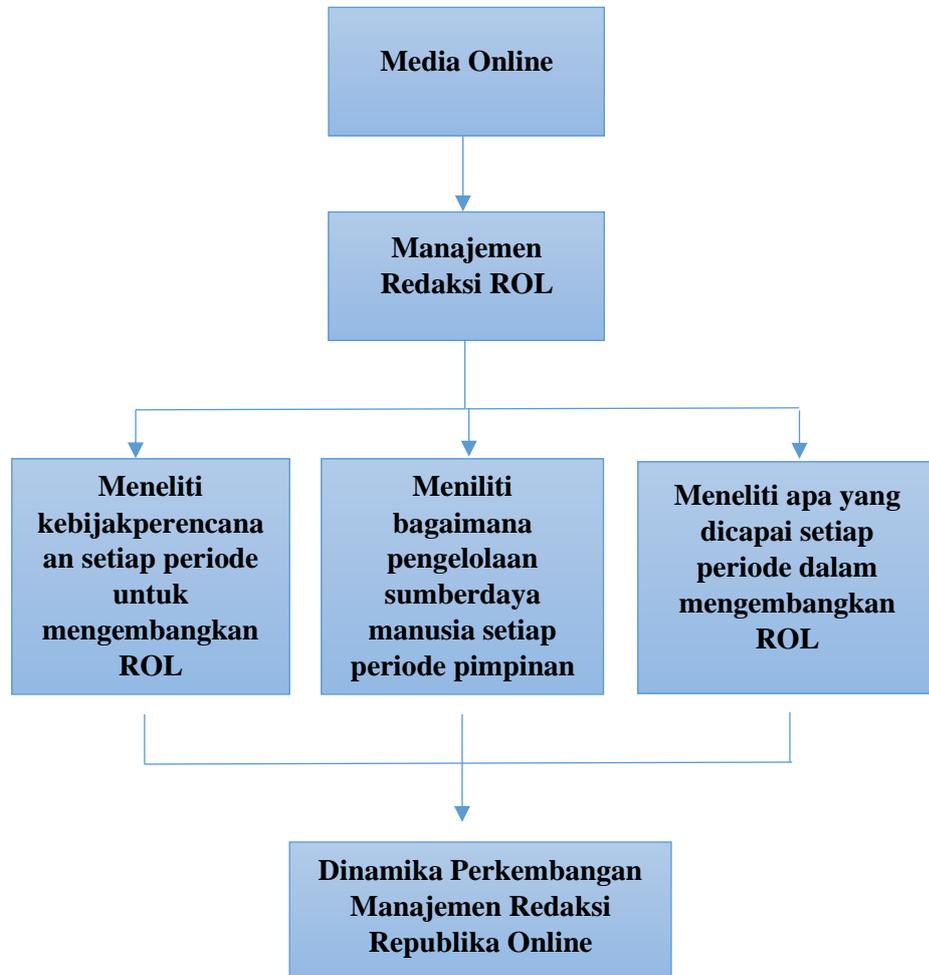
Tiga pembahasan pada penelitian ini penulis mengacu pada teori Stefanus Akim. Delapan aspek manajemen redaksi diuraikan hanya saja untuk memudahkan penulis menyusun data dibagi menjadi beberapa golongan.

Penulis dalam menguraikan pembahasannya, menggambarkan perubahan dan perkembangan di lihat dari setiap periodenya. Hal ini berkaitan dengan pengukuran kinerja suatu perusahaan sangat berguna untuk membandingkan kinerja perusahaan periode lalu dan periode yang akan datang, sehingga dapat diketahui, kinerja mengalami perbaikan atau sebaliknya mengalami penurunan. (Handayani Dwi, 2010)

Penulis dalam menjabarkan pembahasan dinamika perkembangan manajemen redaksi media online dapat tergambar dari kinerja priode ke periode. Sehingga dapat diketahui mengalami perubahan.

Terkait dengan uraian di atas, berikut akan dijelaskan lebih dalam lagi bagaimana dinamika perkembangan penerapan fungsi manajemen keredaksian yang dijalankan oleh ROL, dari fungsi perencanaan hingga berita siap akses dari periode ke periode.

Maka manajemen redaksi Republika online dapat tergambar perkembangan dinamika dari perkembangan zaman.



Gambar 2.3 Kerangka Pemikiran