BAB II

KAJIAN KEPUSTAKAAN

A. LANDASAN TEORI

1. MEDIA ONLINE

a. DEFINISI

Secara harfiah kata media memiliki arti "perantara" atau "pengantar". Association for Education and Communication Tecnology (AECT) mendefinisikan media sebagai segala bentuk yang dipergunakan untuk suatu proses penyaluran informasi. Sedangkan National Education Association (NEA) mendefinisikan media sebagai benda yang dapat dimanipulasikan, dilihat, didengar, dibaca atau dibicarakan beserta instrumen yang dipergunakan dengan baik dalam kegiatan belajar mengajar dan dapat dipengaruhi efektifitas program instruksional.[1]

John M. Echols dan Hasan Shadily memberikan definisi mengenai online. On berarti sedang berlangsung, dan line berarti garis, barisan, jarak dan tema Singkatnya, online berarti proses pengaksesan informasi yang sedang berlangsung melalui media internet.

Menurut Harris poll, lebih dari 137 juta orang Amerika melaksanakan seluruh kegiatan mereka melalui dunia internet. Pada tahun 1995, hanya 9% orang yang

[1] John M. Echols dan Hasan Shadily, English Indonesia Dictionary (Jakarta: Gramedia Pustaka Utama), h. 360.

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

belum memanfaatkan internet. Saat ini diperkirakan pengguna internet lebih dari tiga jam perharinya.[2]

Asep Syamsul M. Romli dalam buku jurnalistik Online : Panduan Mengelola Media Online (Nuansa, Bandung, 2012) mengartikan media online sebagai berikut : Media online (online media) adalah media massa yang tersaji secara online di situs web (website) internet. Masih menurut Romli dalam buku tersebut, media online adalah media massa ”generasi ketiga” setelah media cetak (printed media) –koran, tabloid, majalah, buku– dan media elektronik (electronic media) –radio, televisi, dan film/video. Media Online merupakan produk jurnalistik online. Jurnalistik online –disebut juga cyber journalisme– didefinisikan wikipedia sebagai “pelaporan fakta atauperistiwa yang diproduksi dan didistribusikan melalui internet”. Secara teknis atau ”fisik”, media online adalah media berbasis telekomunikasi dan multimedia (komputer dan internet).[3]

Pengertian media Online secara umum, yaitu segala jenis atau format media yang hanya bisa diakses melalui internet berisikan teks, foto, video, dan suara. Dalam pengertian umum ini, media online juga bisa dimaknai sebagai sarana komunikasi secara online. Dengan pengertian media online secara umum ini, maka email, mailing list (milis), website, blog, whatsapp, dan media sosial (social media) masuk dalam kategori media online.

---

[2] Brad Schultz, Broadcast News Producing (London: Sage Publication, 2005), h. 134.
[3] http://www.romelteamedia.com/2014/04/media-online-pengertian-dan.html. Akses 9 februari 2017 18:21 WIB

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

Pengertian Media Online secara khusus yaitu terkait dengan pengertian media dalam konteks komunikasi massa. Media singkatan dari media komunikasi massa dalam bidang keilmuan komunikasi massa mempunyai karakteristik tertentu, seperti publisitas dan periodisitas. Pengertian media online secara khusus adalah media yang menyajikan karya jurnalistik (berita, artikel, feature) secara online. Jurnalistik online –disebut juga cyber journalisme didefinisikan wikipedia sebagai "pelaporan fakta atau peristiwa yang diproduksi dan di distribusikan melalui internet". Secara teknis atau "fisik", media online adalah media berbasis telekomunikasi dan multimedia (komputer dan internet). Termasuk kategori media online adalah portal, website atau situs web, termasuk blog),radio online, TV online, dan email.[4]

b. Jenis – Jenis Media Online

Media online berupa situs berita bisa diklasifikasikan menjadi lima kategor.[5]

a). situs berita berupa "edisi online" dari media cetak surat kabar atau majalah.

Suatu situs pemberitaan yang diambil dari sebuah surat kabar atau majalah dalam pembuplikasian disuatu situs porta pemberitaan jadi dsini berita tidak hanya tersedia di media cetak akan tetapi media juga tersedia di media situs onine seperti halnya: republika online, kompas cybermedia, media-indonesia.com.

b) situs berita berupa "edisi online" media penyiaran radio.

[4] Ibid.,
[5] http://rifqifakhri.blogspot.co.id/2013/05/jenis-jenis-media-online.html. Akses 9 februari 2017

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

Situs berita ini berasal dari suatu saluran radio, akan tetapi sekarang sudah bisa dinikmati melalui media online. Karena untuk memepermudah pengguna atau pendengar menikmati siarannya radio maka juga disediakan versi onlineny seperti serua streamingnya. Contohnya : RRIpro4.com, suarasurabaya.net.

c) situs berita online" murni yang tidak terkait dengan media cetak atau elektronik.

Situs berita ini tidak terkait dengan media cetak maupun media televisi ataupun radio. Situs berita onine ini murni prodak pemberitaan sendiri sehingga menjadikan media online sebagai prodak utama dalam media keredaksian sehingga pemberitaan selalu duperbarui setiap perjam karena salah satu karakter dari pemberitaan online adalah selalu cepat diperbarui. Contohnya: antaranews.com, detik.com dan viva.co.id

d) situs "indeks berita" yang hanya memuat link-link berita dari situs berita lain.

Situs berita ini tidak memiliki tim keredaksian dalam pembuatan berita jadi situs berita ini hanya mengambil atau mengelink dari situs berita milik media online lainnya. Seperti media online milik dari: yahoo! news, google news, cealsea news dan news now.

2. WEB

a. Definisi

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

Website atau situs dapat diartikan sebagai kumpulan halaman yang menampilkan informasi data teks, data gambar diam atau gerak, data animasi, suara, video dan atau gabungan dari semuanya, baik yang bersifat statis maupun dinamis yang membentuk satu rangkaian bangunan yang saling terkait dimana masing-masing dihubungkan dengan jaringan-jaringan halaman (hyperlink). Bersifat statis apabila isi informasi website tetap, jarang berubah, dan isi informasinya searah hanya dari pemilik website. Bersifat dinamis apabila isi informasi website selalu berubah-ubah, dan isi informasinya interaktif dua arah berasal dari pemilik serta pengguna website. Contoh website statis adalah berisi profil perusahaan, sedangkan website dinamis adalah seperti Friendster, Multiply, dll. Dalam sisi pengembangannya, website statis hanya bisa diupdate oleh pemiliknya saja, sedangkan website dinamis bisa diupdate oleh pengguna maupun pemilik.[6]

b. Publikasi WEB

informasi yang diperoleh dari website membutuhkan atribusi ke sumber berita. Informasi yang diambil dari publikasi web harus sebaiknya dipakai untuk latar belakang dan riset bagi pemuatan suatu berita, sebagaimana halnya dimedia cetak. Lebih dianjurkan menggunakan riset orisinal. Wawancara dengan narasumber lokal akan menghasilkan informasi yang lebih bermanfaat bagi pembaca publikasi. Reporter dapat menyediakan sumber Web bagi pembaca sehingga mereka yang ingin mencari informasi tambahan dapat mengaksesnya.

[6] http://www.boc.web.id/pengertian-website-webhosting-domainname/diakses pada 21/april 2017

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

Web master, editor online, perlu punya keahlian seperti yang dimiliki edito yang ada dimedia cetak. Orang yang dipilih harus memahami nilai berita, memiliki penilaian yang bagus atas kelayakan suatu berita, bisa berorganisasi dan punya bakat dan ketrampilan kepemimpinan. Web master dapat berkerja seperti editor publikasi lainnya dalam meentukan bagaimana berita akan tampil diweb site dan bagaimana informasinya akan berbeda dari publikasi cetak. Web Master perlu reporter yang beragam yang bisa memperbarui berita dan menngedit isi berita yang tidak masuk ke publikasi cetak. Penulis Web bisa menyusun berita sendiri, entah itu yang terjadi diantara deadline publikasi atau dengan mengembangkan gagasan yang lebih cocok untuk disajikan diweb ketimbang di media cetak. Reporter dapat berkerja sama dengan staf Web untuk mengumpulkan informasi melalui sebuah forum email atau melalui respons yang dikumpulkan melalui email atau grup di sebuah jejaring sosial seperti Whats up, BBM dsb.

Proses editing gambar seperti yang dipakai untuk Media Cetak mungkin tidak perlu dipakai untuk Media Online. Editor foto Web bisa mengedit film, mencari gambar berkualitas tinggi, yang akan ditempatkan di Website. Dan situs website profesional, seperti koran besar, menawarkan Slide Show dimana foto-foto yang muncul diiringi dengan Klip Video atau Klip Audio. Pers profesional menggunakan semua bentuk multimedia untuk menyajikan berita kepada pembacanya.[7]

[7] E.Rolnicki,Tom,Dow Tate,C,A. Taylor,Sherri, Pengantar Dasar Jurnalisme (Scholastic Jurnalism),(Jakarta: Kencana Media Group, 2008),hh, 312

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

c. Desain Web

Kebanyakan publikasi informasi maupun pemberitaan dimedia online memilih desain Website yang sama dengan desain Edisi Cetaknya. Menggunakan jenis desain dengan nama publikasi yang dipakai diedisi cetak akan menunjukkan adanya hubungan erat antara kedua medium itu. Biasanya kategori yang terlampir didalam suatu Website adanya berita utama, feauture dan sport atau rubrik lainnya yang sesuai dengan kebutuhan dari Media Webnya.

Huruf yang dipilih untuk Website harus mudah dibaca. Keterbacaan harus menjadi perhatian utama. Jenis huruf standar akan lebih mudah diproses dan lebih konsisten terlepas dari jenis komputer yan dipakaioleh siswa atau pembaca. Huruf harus cukup besar agar terlihat di layar. Desainer harus menjaga keringkasan panjang baris kalimat, biasanya antara 10-20 pica untuk memudahkan pembacaannya, dan perhatian harus diberikan pada hal-hal seperti leading, spasi antarkata dan sebagainya. Spasi ganda antar paragraf dan perangkat desain lainnya dalam teks akan membantu menambah level bacaan. Berita di Website mungkin perlu diedit lebih ketat tetapi isinya harus berbeda dengan yang ada dipublikasi cetaknya jika media online prodak dari cetaknya jikapun berdiri sendiri haruslah memiliki karakter tersendiri dalam pengelolannya. Berita di web dapat berupa informasi terkini, informasi tambahan atau reaksi. Link ke informasi lain juga bisa diciptakan dalam teks.

Headline dengan ringkasan berita juga bisa disediakan. Pembaca yang tertarik kemudian dapat mengklik bagian itu untuk membaca seluruh isi teksnya. Layanan ringkasan ini membantu pembaca menelusuri isi untuk mencari sesuatu yang

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

menarik baginya. Warna juga penting bagi desain Website, Warna dapat mempengaruhi tingkat keterbacaan dilayar komputer. Tipe huruf hitam diatas halaman putih merupakan bentuk yang paling mudah dibaca dan tidak melelahkan mata. Desainer harus berhati-hati dalam mengombinasikan warna hitam dan merah atau warna cerah lainnya, karena hurufnya akan tamapak lebih terang dilayar. Banyak pembaca akan enggan membaca tulisan yang melelahkan untuk dibaca. Desainer harus berkerja sama dengan jurnalis dan Desain harus mengutamakan singkat keterbacaan teks.

Foto harus di *scan* dengan resolusi yang bagus dan dalam format yang lebih ringan hingga memudahkan dibaca cepat muncul dilayar. Link ke isi harus mudah mudah diakses dan diletakan posisi yang jelas. Penempatan link dalam desain tipografis yang konsisten disatu lokasi disitus akan membantu pembaca untk menemukannya. Dan juga klip video dan audio harus mudah dibuka dan disimpan dalam format digital yang Standar agar mudah diakses oleh pembaca.[8]

3. JURNALISME ONLINE

a. Definisi

Menurut Richard Craig, Jurnalisme online adalah proses penyampaian pesan melalui media internet dengan menggabungkan tulisan, audio dan video serta memungkinkan pengakses untuk membaca kembali berita yang telah lalu.[9]

Dari definisi Jurnalisme online tersebut memberikan gambaran bahwa di era perkembangan teknologi informasi komunikasi, organisasi media tidak hanya

[8] Ibid,hh, 316
[9] Brad Schultz, Broadcast News Producing (London: Sage Publication, 2005), h.134

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

bergantung pada satu jenis media untuk menyampaikan informasi. Organisasi media massa juga membutuhkan internet untuk menyampaikan informasi kepada khalayak.

Kegiatan menyampaikan berita melalui internet itulah selanjutnya disebut dengan Jurnalisme Online. Perkembangan yang pesat dalam penyajian berita melalui media online (internet) membuat para insan media mengalihkan dirinya lewat dunia maya. Hal tersebut menjadikan produser berita mengatur strategi bagaimana menyajikan sebuah isu menjadi sebuah berita yang sesuai dengan ideologi media mereka, serta bagaimana gaya manajemen yang sebaiknya diterapkan.

Kini internet menjadi fenomena yang sangat dahsyat. Dapat dikatakan gaya hidup berinternet termasuk penyajian berita lewat internet menjadi fenomena saat ini dibelahan dunia manapun.

b. **Ciri-Ciri Jurnalisme Online**[10]

1) Reliability (reliabilitas) dalam perspektif teknik jurnalistik, elemen reliabilitas sangatlah dibutuhkan. Tanpa reliabilitas, segala sesuatu menjadi tidak berguna.
2) Internet saat ini telah banyak digunakan oleh media televisi dan koran dan saat itu pula internet menjadi sesuatu yang baru.

[10] Andrew Boyd, Broadcast Journalism ; Techniques of Radio and Television News, 5 ed (Melbourne : Focal Press, 2001), h; 404

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

3) Content (isi) berita dalam jurnalisme online menjadi sesuatu yang diperhitungkan. Jika berita tidak berbobot, maka akan ditinggalkan khalayak.
4) Isi berita yang dinamis. Pada news online, para staf harus stanby untuk mengupdate berita yang terjadi di belahan dunia manapun.
5) Isi berita juga harus mengedepankan kedalaman (depth).
6) Kecepatan. Saat ini orang lebih menyukai sesuatu yang instant dan cepat.

Keuntungan Jurnalisme Online, seperti yang tertulis dalam buku Online Journalism. Priciples and Practices of News for The Web (Holcomb Hathaway Publisher, 2005), ialah sebagai berikut :

1) Audiens Control, Jurnalisme online memungkinkan berita tersimpan lebih leluasa dalam memilih berita yang ingin didapatkannya.
2) Storage and retrieval, Jurnalisme online memungkinkan berita tersimpan dan diakses kembali dengan mudah oleh audiens.
3) Unlimited Space, Jurnalisme online memungkinkan jumlah berita yang disampaikan kepada audiens dapat menjadi jauh lebih lengkap.
4) Immediacy. Jurnalisme online memungkinkan informasi sampai secara cepat dan langsung kepada audiens, sehingga dapat langsung diakses.
5) Multimedia Capability, Jurnalisme online memungkinkan bagi tim redaksi untuk menyertakan teks, suara, gambar, video dan komponen lainnya di dalam berita yang akan diterima audiens.
6) Interactivity, Jurnalisme online memungkinkan adanya peningkatan partisipasi audiens dalam setiap berita.

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

c. Prinsip-Prinsip Jurnalistik Online

Dalam jurnalistik online pasti mempunyai prinsip dalam penyampaian berita disebuah website situs ataupun portal . berikut ini menurut paul bradshaw dalam basic principal of online journalism yang menyebutkan ada lima prinsip dasar jurnalistik online yang disingkat BASIC (Brevity, Adaptability, Scannability, Interactivity, Community and Conversation).

a) keringkasan (Basic).

Dalam pembuatan berita dalam media online harus dituntut untuk bersifat ringkas kebutuhan manusia dan tingkat kesibukannya yang makin tinggi. Pembaca memiliki sedikit waktu untuk membaca dan ingin selalu mengikuti informasi yang terkini. Maka dari itu, jurnalisme online sebaiknya berisi tulisan yang ringkas saja. Hal ini juga sesuai dengan salah satu kaidah bahasa jurnalistik dengan karakter dengan isi yang ringkas dan sederhana.

b) kemampuan beradaptasi (adaptability).

Wartawan online ditunutut agar mampu menyesuaikan diri ditengah kebutuhan dan preferensi publik. Dengan adanya kemajuan teknologi , jurnalis dapat menyajikan berita dengan cara membuat berbagai keragaman cara, seperti dengan penyediaan format suara (audio), Video, gambar dan lain-lain suatu media online Web berita.

c) dapat dipindai (scannability).

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

Untuk memudahkan para audiens, situs-situs terkait dengan jurnalistik online hendaknya memiliki sifat dapat dipindai, agar pembaca tidak perlu merasa terpaksa dalam membaca informasi atau berita.

c). Komunitas dan percakapan (comunity and conversation)

Media online memiliki yang lebih besar dari pada media cetak atau media konvensional lainnya, yakni sebagai penjaring komuinikasi. Jurnalis online juga harus memberi jawaban atau timbal balik kepada publik sebagai sebuah balasan atas interaksi yang dilakukan publik tadi.

d) Interaktivitas (interaktivity)

Komunikasi dari publik kepada kepada jurnalis dalam jurnalisme online sangat dimungkinkan dengan adanya akses yang semakin luas. Pembaca atau viewers dibiarkan untuk menjadi pengguna (user). Hak ini sangat penting karena semakin dihargai dan senang membaca berita yang ada. Selain itu bisa dijadikan sebagai sarana komunikasi antara dari pihak admin dengan pembaca dan disitu pembaca bisa berkomentar atau bisa bertanyak-tanyak tentang web berita yang dikonsumsi.[11]

d. Gaya Penulisan Naskah Online

Teknik menulis media pada dasarnya sama saja dengan menulis untuk media cetak dalam gaya bahasa (bahasa tulisan), lebih khusus bagi menggunakan bahasa jurnalistik yang berkarekter sederhana, mudah dimengerti dan hemat kata. Yang berbeda, dimedia online bisa bersifat multi media, yakni tidak hanya teks, tapi

[11] Harianto,Rahmat, *Dasar Jurnalistik*, Hh: 120

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

juga dilengkapi elemen lain selain teks dan gambar (foto), berupa audio, video. Dengan begitu seorang jurnalis online selain harus memiliki ketrampilan standar dalam teknik jurnalistik, juga dituntut untuk menguasai teknologi internet dasar, termasuk HTML dasar, program software online, dan perangkat lunak online, minimal cara upload atau posting dan teknik pengayaan berita yang ditulisnya dengan bagian dari media online yaitu hyperlink.[12]

Dan juga perlu diperhatikan gaya kepenulisan ketika menyampaikan berita yang berada di media online. Dan dalam menentukan gaya kepenulisan itu juga sangat menentukan apakah suatu berita itu memenuhi tujuannya dalam menyampaikan informasi secara jelas :

a). Pertama kali melihat teks (78%), bukan foto atau grafis.

b). Secara umum, pengguna pertama kali tertarik pada judul, ringkasan tulisan dan caption.

c). Tidak membaca perkata, tetapi lebih banyak memindai (79%) hanya 16 % yang membaca per kata, tampilan situs, terutama katakata yang highlight, Jenis huruf berbeda, penyajian dengan buturbutir (Numeric, bullet, atau numbering).

d). Melihat, memindai baru membaca.

[12] Asep Syamsul M. Romli, Jurnalistik Online: Panduan Praktis Mengelola Media Online (Dilengkapi Kiat Blogger,Teknik Seo Dan Tip Media Sosial),(Bandung: NUANSA CENDEKIA,2012) hal; 53

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

e). Saat memindai, sekitar 80% memindai dari kiri ke atas ke kanan, lalu gambar, grafis dan desain.

f). Sektar 20 %membaca kata demi kata: Judul, Anak judul, kutipan, text boxes, serta huruf tebal, miring, Undrline, dan huruf berwarna.

g). Lebih menyukai judul yang to the point, langsung ke pokok informasi dibandingkan judul yang lucu dan antik.

h). Membaca ringkasan atau tulisan pendek karena membaca di layar Monitor Komputer 25% lebih lambat dibandingkan membaca media cetak.

i) tidak berlama-lama disatu situs. User tidak sabaran dan Memiliki Wewenang penuh untuk pindah atau tetap di situs.

j). Kunjungan atau bertahan disebuah halaman media online selama 10 menit sudah termasuk lama.[13]

e. Karakteristik Jurnalistik Online

Karakteristik dari jurnaistik online adalah kecepatan dari pempublikasian berita, kemudahan dalam mengakses, bisa diperbarui dan diakses setipa saat, dan adanya interaksi antara user (pembaca) dengan Admin (pengolah berita).

Jurnalistik online juga tidak mengenal tenggat waktu (dead line) dalam pengolahan berita seperti sebagaimana berlakunya dimedia cetak. Deadline dalam jurnalistik online bisa dikatakan dalam hitungan menit atau bahkan detik setelah kejadian berlangsung. Jurnalistik online dicirikan sebagai sebagai praktik

[13] Ibid; 54-55

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

jurnalistik yang mempertimbangkan beragam format media (multimedia) untuk menyusun isi liputan yang memungkinkan terjadinya antara journalist dengan pembaca dan menghubungkan diberbagai elemen berita dengan sumber-sumber online yang lain.

Kemampuan interaktivitas jurnalistik online juga dianggap mampu meruntuhkan aturan lama yang berlaku dalam tradisi jurnalistik, bahwa kebenaran faktual terletak pada praktik jurnalistik , bahwa kebenaran faktual terletak pada praktik jurnalistik karena hanya wartawan yang tahu dan memutuskan informasi seperti apa yang sesuai dan dibutuhkan oleh khalayak. Kebenaran faktual, obyektivitas, dan imparsialitas tidak lagi dibangun pada ruangan senyap editor akan tetapi diganti dengan jurnalis dan publik.

Make Ward dalam journalism online (2002) menyebutkan beberapa karakteristik jurnalistik online sekaligus yang membedakannya dengan media konvensional yaitu :

a). Immediacy (kecepatan publikasi)

Kesegaran atau kecepatan dalam menyampaiakan informasi. Radio dan televisi memang bisa cepat dalam menyampaikan berita, namun biasanya harus mengintrupsi acara yang sedang berlangsung seperti breaking news . jurnalistik tidak seperti itu, bahkan setiap jam atau bahkan menit ataupun detik berita sudah terposting di web pemberitaan.

b). Multiple Pagination (lampiran halaman)

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

Bisa berupa ratusan page (halaman), terkait satu sama lain, dan juga bisa dibuka tersendiri (newtab/ new window).

c). Multimedia

Menyajikan gabungan text, gambar, audio,video dan grafis sekaligus.

d). Flexibility Delivery Platform (waktu yang tidak terbatas)

Wartawan tidak ditentukan waktu deatlinnya untuk membuat berita dan wartawan juga bia mengerjakan berita dimana saja dan bisa memposting pada saat itu juga.

e). Archieving (lampiran arsip)

Data terarsipkan, dapat dikelompokan berdasarkan kategori (rubrik) atau kata kunci (keyword, tags), dan juga bisa tersimpan lama serta bisa diakses kapanpun.

f). Relationship With Reader (berhubungan dengan pembaca)

Suatu kontak interaksi dengan pembaca yang dimana jurnalis atau admin dari suatu web yang dijadikan konsumsi ini bisa berkomunikasi langsung dengan pembaca agar untuk mempertahan kan jumlah Viewers.

g) Audience Control (memberi daya tarik pembaca)

Audien atau pembaca dapat lebih leluasa dalam memilih berita yang mereka sukai hanya dengan menggerakan jari di moue,curor atau dilayar tab maupun hp android sekalipun dan lalu meng-klik link judul yang dipilih.

h) Nonlienarity (tidak berkaitan)

Tiap berita yang dimuat dapat berdiri sendiri atau tidak berurutan.

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

i) Storage and Retrueval (penyimpanan dan pengambilan)

Berita atau informai yang terssimpan atau terarsipkan dan diakses kembali dengan mudah kapan saja.

j) Unlimited Space (batas waktu)

memungkinkan jumlah berita jauh lebih lengkap ketimbang media lainnya. Berbeda dengan berita diradio atau televisi yang dibatasi durasi (air time) dan koran yang dibatasi kolom atau halaman.

k). Interativity (interaksi)

Memungkinkan adanya peningkatan partisipasi pembaca seperti penyediaan kolom komentar dan failitas share ke media sosial umumnya seperti facebook dan twiter.

Karakteristik Jurnalistik Online juga tergambar dalam elemen jurnalistik online sebagaimana dikemukakan Rey G Rosales dalam bukunya The Elements of Online Journalism. Jurnalistik online memiliki elemen multimedia dalam pemberitaannya, meliputi dasar dan advance. Bagian dasar dari isi kejurnalistikan online yang mencakupi : judul (headline), isi (text), gambar atau foto (picture), grafis seperti ilustrasi dan logo, serta link terkait (related link). Bagian dari advance adalah bagian dasar yang ditamabah audio, video, slide show, animasi, interactive feature (timeline, map) dan interactive game.

a). Headline

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

judul berita yang ketika diklik akan membuka tulisan secara lengkap dengan halaman terendiri.

b). Text

tubuh tulia dalam dalam satu halaman utuh atau terpisah ke dalam beberapa tautan (link).

c). Picture

Gambar yang menyertai atau memperkuat cerita.

d). Grapic

Grafik yang bisa berupa logo, gambar atau ilustrasi yang terkait dengan berita.

e). Related Link

Tulisan yang terkait dengan menambah informasi dan penambahan wawasan bagi pembaca yang bagi pembaca yang biasanya terdapat diahir tulian atau disampingnya.

f). Audio

Suara, musik atau rekaman suara yang berdiri sendiri atau digabungkan dengan slid show atau video yang terkait dengan tulisan .

g). Slide Show

Koleksi foto yang lebih mirip galeri gambar yang biasanya disertai disertai keterangan foto, beberapa slide show juga bisa disertai suara (sound, voice)

h). Animation

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

Animasi atau gambar bergerak yang diproduksi untuk menambah dampak cerita.

i). Interactive Features

Grafis yang didesain untuk interaksi dengan pengguna (user), missalnya termasuk peta lokasi (map).

j). Interactive Games

Biasanya didesain seperti mini-video games yang bisa dimainkan oleh pengguna (play the news).[14]

4. MEDIA DAKWAH

a. Definisi

Kata media berasal dari bahasa latin, median, yang merupakan bentuk jamak dari medium. Secara etimologi yang berarti alat perantara. Wilbur schramn mendefinisikan nedia sebagai teknologi informasi yang dapat digunakan dalam pengajaran. Secara lebih spesifik, yang di maksud dengan media adalah alat-alat fisik yang menjelaskan isi pesan atau pengajaran, seperti buku, film, video kaset, slide, dan sebagainya.[15] Adapun yang dimaksud dengan media (wasilah) dakwah yaitu alat yang dipergunakan untuk menyampaikan materi dakwah (ajaran Islam) kepada mad‟u.[16] Dengan banyaknya media yang ada, maka Da‟i harus memilih media yang paling efektif untuk mencapai tujuan dakwah. Beberapa hal

[14] Ibid ,Hh: 121-124
[15] Samsul Munir Amin, Ilmu Dakwah, (Jakarta: Amzah, 2009), hal.113
[16] Moh. Ali Aziz, (Ilmu Dakwah), hal.120

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

yang perlu diperhatikan pada waktu memilih media adalah sebagai berikut :

a. Tidak ada satu media pun yang paling baik untuk keseluruhan masalah atau tujuan dakwah. Sebab setiap media memiliki karakteristik (kelebihan, kekurangan, keserasian) yang berbeda-beda.
b. Media yang dipilih sesuai dengan tujuan dakwah yang hendak dicapai.
c. Media yang dipilih sesuai dengan kemampuan sasaran dakwahnya.
d. Media yang dipilih sesuai dengan materi dakwahnya.
e. Pemilihan media hendaknya dilakuakan dengan cara objektif, artinya pemilihan media bukan atas dasar kesukaan Da"i.
f. Kesempatan dan ketersediaan media perlu mendapat perhatian.
g. Efektifitas dan efensiensi harus diperhatikan. Pada dasarnya, komunikasi dakwah dapat menggunakan berbagai media yang dapat merangsang indra-indra manusia serta dapat menimbulkan perhatian untuk dapat menerima dakwah.

b. Macam-macam Media Dakwah

Berdasarkan banyaknya komunikan yang menjadi sasaran dakwah, diklasifikasikan menjadi dua, yaitu media massa dan media nonmassa.[17]

a. Media massa

[17] Wahyu Ilaihi, Ilmu Dakwah, (Bandung: Remaja Rosdakarya 2010), hal.105.

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

Media massa digunakan dalam komunikasi apabila komunikan berjumlah banyak dan bertempat tinggaljauh. Media massa yang banyak digunakan dalam kehidupan seharihari umumnya surat kabar, radio, televise, dan film bioskop yang beroperasi dalam bidang informasi dakwah.[18] Keuntungan dakwah dengan menggunakan media massa adalah bahwa media massa menimbulkan keserempakan, artinya suatu pesan dapat diterima oleh komunikan yang jumlahnya relative amat banyak. Jadi untuk menyebarkan informasi media massa sangat efektif dalam mengubah sikap, perilaku, pendapat komunikan dalam jumlah yang banyak.

Dalam penggunaan media massa pun juga diklasifikasikan menjadi tiga jenis media dakwah dan spesifikasinya diantaranya .

1. Media Auditif Media auditif adalah media yang menekankan pada pendengaran, maksudnya pendengaran menjadi penerima pesan yang utama tanpa harus melihat siapa yang berceramah. Media ini sangat tepat pada orangorang yang mempunyai kekurangan seperti buta dan orang yang sedang melakukan pekerjaan tanpa harus meninggalkan pekerjaannya karena cukup dengan mendengar mereka faham akan isi dakwah yang disampaikan. Adapun media auditif ini

[18] Ibid. Hal 106.

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

dibagi menjadi dua yaitu radio dan kaset atau tape recorder.

2. Media visual adalah sarana yang dapat ditangkap oleh mata manusia, jenis media ini sangatlah banyak bahkan akan semakin banyak dengan kemajuan teknologi komunikasi yang semakin pesat berkembang. Media ini pada saat ini sangat efektif karena pada saat ini kita bisa menemukan video-video ceramah diinternet dengan bisa langsung melihat wajah da'inya. Karena tidak dapat dipungkiri pada saat ini penokohan dan semakin banyaknya masyarakat yang menjadi penggemar seorang da'i atau ulama. Adapun macam-macam media sosial antara lain:

   a. Pers : dalam arti sempit pers adalah media massa cetak seperti surat kabar, majalah, tabloid, dan sebagainya.

   b. Majalah : majalah juga memiliki kekuatan pengaruh sebagaimana surat kabar.

   c. Surat : setiap tulisan yang berisi pernyataan dari penulisnya dan dibuat dengan tujuan penyampaian informasi kepada pihak lain.

   d. Buku : kumpulan kertas atau bahan lainnya yang dijilid menjadi satu pada salah satu ujungnya berisi tulisan atau gambar.

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

e. Poster atau plakat : karya seni atau desain grafis yang memuat komposisi gambar dan huruf di atas kertas berukuran besar.

f. Internet: berasal dari kepanjangan international connection networking. Dengan demikian internet adalah suatu sistem jaringan komunikasi yang terhubung di seluruh dunia.

g. SMS (Short Message Service) : sebuah layanan yang dilaksanakan dengan sebuah telepon genggam untuk mengirim atau menerima pesan-pesan pendek.

h. Brosur : terbitan tidak berkala yang dapat terdiri dari satu hingga sejumlah kecil halaman, tidak terkait dengan terbitan lain, dan selesai dalam sekali terbit.

3. Media Audio Visual Media audio visual adalah media gabungan antara media auditif dengan media visual.Apa saja yang kurang pada media auditif dilengkapi oleh media visual begitu pula sebaliknya, media ini lebih efektif dan modern dari pada media visual dan auditif. Berikut adalah media yang termasuk media audio visual:

a. Televisi: sebuah alat penangkap siaran bergambar.

b. Film: film atau gambar hidup juga sering disebut movie. Film, secara kolektif, sering disebut sinema.

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

c. Sinema Elektronik: lebih dikenal dengan akronim sinetron adalah sandiwara bersambung yang disiarkan oleh stasiun televisi.

d. Cakram Padat: dalam bahasa inggris disebut Compact Disc, disingat CD adalah sebuah piringan optikal yang digunakan untuk menyimpan data secara digital[19]

b. Media Nonmassa

Media ini biasanya digunakan dalam komunikasi untuk orang tertentu atau kelompok-kelompok tertentu seperti surat, telepon, SMS, telegram, faks, papan pengumuman, CD, e-mail, dan lain-lain. Semua itu dikategorikan karena tidak mengandung nilai keserempakan dan komunikannya tidak bersifat massal.[20] Disadari atau tidak, media dalam penggunaan komunikasi terutama media massa telah meningkatkan intensitas, kecepatan dan jangkauan komunikasi yang dilakukan manusia dalam berbagai hal. Termasuk dalam hal ini tak ketinggalan adalah dalam komunikasi dakwah massa. Media yang terbaik untuk mempopulerkan, mengajarkan, memantapkan, atau meningkatkan sesuatu dalam dakwah, secara terperinci, Hamzah Ya"qub membagi media dakwah itu menjadi lima:

[19] Moh. Ali Azis, *(Ilmu Dakwah), hal 405-424*
[20] Wahyu Ilaihi, Komunikasi Dakwah,hal. 106

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

1. Lisan, inilah media dakwah yang paling sederhana yang menggunakan lidah dan suara. Media ini dapat berbentuk pidato, ceramah, kuliah, bimbingan, penyuluhan, dan sebagainya.

2. Tulisan, buku majalah, surat kabar, korespondensi (surat, e-mail, sms), spanduk dan lain-lain.

3. Lukisan, gambar, karikatur, dan sebagainya.

4. Audio visual, yaitu alat dakwah yang dapat merangsang indera pendengaran atau penglihatan dan kedua-duanya. Bias berbentuk televise, slide, ohap, internet, dan sebgaianya.

5. Akhlak, yaitu perbuatan-perbuatan nyata yang mencerminkan ajaran Islam yang dapat dinikmati dan didengarkan oleh mad‘‘u.33[21]

c. Peranan Media Dakwah

Peranan Media Dakwah Dalam arti sempit media dakwah dapat diartikan sebagai alat bantu dakwah, atau yang popular didalam proses belajar mengajar disebut dengan istilah “alat peraga”. Alat bantu berarti media dakwah memiiki peranan atau kedudukan sebagai penunjang tercapainya tujuan. Artinya proses dakwah tanpa adanya media masih dapat mencapai tujuan yang semaksimal mungkin. Sebenarnya media

[21] Moh. Ali Azis, *Ilmu Dakwah,* (jakarta: Prenada Media, 2004), hal 120

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

dakwah ini bukan saja berperan sebagai alat bantu dakwah, namun bila ditinjau dakwah sebagai suatu sistem, yang mana sistem ini terdiri dari beberapa komponen (unsur) yang komponen satu dengan lainnya saling kait mengkait, bantu membantu dalam mencapai tujuan. Maka dalam hal ini media dakwah mempunyai peran atau keudukan yang sama dibanding dengan komponen yang lain, seperti metode dakwah, obyek dakwah dan sebagainya. Apalagi dalam penentuan strategi dakwah yang memiliki azas efektifitas dan efisiensi, peranan media dakwah menjadi tampak jelas peranannya.[22]

B. KERANGKA TEORITIK

Adapun teori yang digunakan dalam penelitian ini Adalah teori peluru. Teori model ini mempunyai asumsi bahwa komponenkomponen komunikasi (komunikator, pesan, media) amat perkasa dalam mempengaruhi khalayak. karena teory peluru ini memiliki tujuan penyampaian pesan yang hanya terdapat satu arah dan juga mempunyai efek yang sangat kuat terhadap komunikan.[23]

Teori ini menganggap Media Massa Memiliki kemampuan penuh dalam mempengaruhi khalayak. Dan Efek dari Media Massa sangat kuat dalam memberi pengaruh Karena Khalayak Dianggap Pasif Terhadap Peasan Media yang disampaikan. Teory ini seperti "Menembakan" informasi ataupun komunikasi

[22] Andi Abdul Muis, Komnikasi Islam,(Bandung: pt remaja rosda karya, 2001),hal. 179

[23] Moch.Choirul Arif, Dasar-dasar Kajian Budaya dan Media, (Surabaya: UIN SBY Press,2014),hal.150-151

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

kepada Komunikan. Maksutnya adalah apa yang di sampaikan oleh media langsung sampai terhadap audience[24].

C. PENELITIAN TERDAHULU YANG RELEVAN

Peneliti merujuk kepada beberapa penelitian yang menelaah masalah yang berkaitan dengan penelitan yang peneliti lakukan. Maka ditemukan ada beberapa hal yang ada dalam literatur skripsi dan telaah buku dengan penelitian yang menjadi rujukan penulisan skripsi ini adalah :

1. Penelitian dari Badrul Munir dari mahasiswa fakultas dakwh dan ilmu komunikasi UIN sunan ampel surabaya angkatan 2011 yang penelitinnya dengan judul "Situs www. Alsofwah .or.id Sebagai Media Dakwah" dalam penelitian ini meneliti tentang isi dari situs media on line islam dibawah naungan sebuah yayasan .

2. PENGELOLAAN WEBSITE DALAM MENYAMPAIKAN INFORMASI KEPADA PUBLIK DI INSTANSI PEMERINTAH (Studi Komparasi Pengelolaan Website Pemerintah Kota Surakarta Dan Pemerintah Kabupaten Sragen) hasil penelitian dari SABRINA HARTANTO dari program studi Ilmu Komunikasi Fakulitas Ilmu sosial dan Ilmu politik di Universitas ATMA JAYA Yogyakarta angkatan pada tahun 2010. Penelitian ini membandingkan bagaimana pengelolaan website pada Pemkot Surakarta dan Pemkab Sragen. Selain itu juga membandingkan bagaimana alurpenyampaian informasi. Mulai dari berita atau news hingga bagaimanamekanisme pelayanan

[24] http://tukangteori.com/2015/03/teori-komunikasi-massa-jarum hipodermik.html/diakses 22 april 2017

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

informasi dan keluhan pada kedua pemerintah daerah.Penelitian ini merupakan deskriptif kualitatif yang pelaksanaannyamenggunakan teknik pengumpulan data wawancara mendalam dan teknik analisisyang bersifat kualitatif. Parameter yang digunakan untuk membandingkan adalahkonsep managemen media elektronik yang dikemukankan oleh Albaran. Hasilpenelitian yang diperoleh adalah terdapat perbedaan maupun persamaan padapengelolaan website pada kedua instansi pemerintahan tersebut.

3. STRATEGI DAKWAH INTERNET (Situs www.Alsofyah.Or.Id Sebagai Sumber Informasi Islam) karya dari Ahmad mujahid jurusan komunikasi dan penyiaran islam fakultas dakwah Universitas islam sunan kalijaga yogyakarta angkatan pada tahun 2007 . penelitian ini bertujuan untuk membuktikan pengaruh ukuran perusahaan, profitailitas, perbedaan laba pada perbankan sya'riahdi indonesia. Teknik pengumpulan data yang digunakan dalam penelitiannya adalahpurpose sampling. Dan metode analisis yang digunakan adalah regeresi ganda.

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id