

BAB I

PENDAHULUAN

I.1. LATAR BELAKANG

Peranan media massa sangat berperan penting dalam mewujudkan suatu tujuan terutama saat ini pesatnya kemajuan teknologi informasi dan komunikasi mendorong perluasan jaringan akses informasi dan komunikasi dalam lingkup global, sehingga komunikasi antarnegara dan lalu lintas informasi seolah-olah tanpa batas kewilayahan, tanpa batas negara, tanpa batas jarak dan waktu. Perkembangan yang saat ini terjadi dalam kemajuan teknologi informasi dan komunikasi tersebut pada dasarnya dapat mengubah dan mentransformasikan pola hidup dan cara melakukan aktivitas bisnis, industri pemerintahan dan pendidikan guna meningkatkan taraf hidup yang lebih baik. Dalam suatu hubungan terutama di dunia pekerjaan, komunikasi merupakan suatu kebutuhan mendasar bagi suatu perusahaan karena keberhasilan perusahaan dapat dilihat dari bagaimana pola komunikasi yang digunakan antara perusahaan dengan seluruh stakeholder yang berkaitan secara langsung. Untuk bisa menjalin hubungan komunikasi yang baik tersebut di dalam perusahaan terdapat seorang Public Relations yang bertugas untuk menumbuhkan dan menyelenggarakan komunikasi yang persuasif dan informatif sebagai penghubung komunikasi antara perusahaan kepada publiknya.

Ketika menuliskan informasi yang dibutuhkan pada search engine melalui jaringan internet, yang akan tampil adalah berbagai halaman web beserta informasi di dalamnya. Sebagai bentuk ciptaan manusia, sudah seharusnya memberikan kemudahan dalam berbagai aspek kehidupan, salah satunya dalam mencari informasi dimana informasi yang tepat dan cepat diperlukan untuk mendukung aktivitas kehidupan didukung oleh perkembangan

berbagai perangkat seperti tablet dan smartphone yang semakin memudahkan banyak orang untuk mengakses informasi menjadikan internet sebagai media alternatif dalam memperoleh informasi dengan biaya yang murah dan terjangkau dibandingkan dengan informasi yang tersebar melalui media cetak ataupun elektronik berbasis televisi dan radio dengan harga yang mahal (Andriyan et al., 2020, p. 80)

Informasi merupakan salah satu hal yang penting dan merupakan kebutuhan pokok bagi setiap orang. Manusia memiliki hak dalam mendapatkan suatu informasi dan keterbukaan informasi publik. Berdasarkan UU 14 Tahun 2008 bahwa Informasi Publik adalah sebuah informasi yang dihasilkan, disimpan, dikelola, dikirim, dan/atau diterima oleh suatu badan publik yang berkaitan dengan penyelenggara dan penyelenggaraan negara dan/atau penyelenggara dan penyelenggaraan badan publik lainnya yang sesuai dengan Undang-Undang ini serta informasi lain yang berkaitan dengan kepentingan publik. Perencanaan dalam pengelolaan informasi terbukti bahwa mampu memudahkan publik dalam menyediakan suatu informasi yang dibutuhkan oleh masyarakat selain itu hal ini juga memudahkan publik dalam mengambil langkah keputusan dan membangun akuntabilitasnya. (Tjahjanuli : hal13).

Peran humas dalam sebuah organisasi atau instansi sangatlah penting. Dalam kegiatan humas ada dua peran besar yang secara konsisten muncul dalam kegiatan humas yaitu peran sebagai teknisi dan manajemen. Peran sebagai teknisi mewakili seni dari humas seperti menulis, mengedit, membuat rilis berita, mengambil foto, menjalin hubungan dengan pers. Peran sebagai manajemen berfokus pada kegiatan yang membentuk organisasi dalam mengidentifikasi dan memecahkan masalah terkait dengan humas. Manajer humas melaksanakan tiga peran, pertama sebagai pemberi penjelasan, yaitu orang yang bekerja

sebagai konsultan untuk mendefinisikan masalah, menyarankan pilihan, dan memantau implementasi kebijakan. Divisi humas dalam pemerintahan bertugas menjalankan kegiatan kebijakan dan pelayanan publik dengan memberikan berbagai informasi tentang kebijakan pemerintahan yang mengikat rakyat atau masyarakat. Selanjutnya memberikan pelayanan publik yang terbaik, dengan birokrasi yang tidak berbelit-belit untuk memberikan kepuasan kepada rakyat atau masyarakat sehingga dunia pemerintahan memperoleh citra positif dari rakyat atau publik (Multi et al., 2019, p. 97).

Penulis melihat di Diskominfo Jatim ketika menjalankan sebuah kegiatan kerja praktek di bidang Informasi publik yang merupakan salah satu bidang yang menjalankan fungsi Humas terutama dalam media digital yaitu Website yang digunakan sebagai wadah untuk menyampaikan informasi yang berhubungan dengan berita-berita mengenai pemerintah provinsi jatim dan juga informasi mengenai kegiatan-kegiatan yang diadakan oleh Pemprov Jatim. Dalam hal ini dapat dilihat bahwa media digital saat ini menjadi salah satu media yang digunakan oleh Diskominfo Jatim untuk menjalankan fungsi PR nya.

Kegiatan komunikasi yang dilakukan oleh seorang Public Relations perusahaan harus dilakukan dengan baik dan benar agar mencapai tujuan yang diinginkan oleh perusahaan. Banyak cara yang dilakukan seorang Public Relations dalam perusahaan untuk berkomunikasi dengan publiknya. Dimana Public Relations sendiri memiliki dua publik yaitu publik internal dan publik eksternal. Dua publik ini sama-sama memiliki arti tersendiri oleh perusahaan sehingga dalam menjalin hubungan dengan publik-publik tersebut tidak dapat diremehkan. Dari hubunganhubungan yang bermacam itu, ada hubungan yang terlihat sangat sederhana tetapi sama pentingnya dengan membangun hubungan dengan yang lainnya. Yang jika dibangun akan memberikan nilai tersendiri bagi perusahaan. Hubungan tersebut adalah

employee relations (hubungan dengan karyawan). Seperti yang diketahui, bahwa karyawan yang memiliki hubungan yang baik dapat menyokong kesuksesan suatu perusahaan.

Hubungan masyarakat (Humas) merupakan suatu penunjang dalam membantu tercapainya tujuan yang ditetapkan oleh suatu manajemen perusahaan. Humas memiliki tugas yaitu untuk menyampaikan dan memenuhi kebutuhan informasi khalayak luas. Sasaran humas adalah publik internal dan eksternal. Publik internal adalah publik yang berada dalam perusahaan tempat humas bekerja, seperti karyawan dan keluarga. Adapun pihak manajemen. Kegiatan kehumasan harus mampu menghasilkan citra baik, itikad baik dan kerjasama, saling pengertian, saling mempercayai dan saling menghargai antara perusahaan dengan publiknya, Kegiatan humas adalah sebuah komunikasi untuk membangun hubungan yang harmonis antara organisasi dengan publik-publiknya. Memperoleh hasil saling pengertian merupakan hal yang tidak bisa dipisahkan dan menjadi fungsi humas. Ketidakpercayaan publik terhadap instansi bisa menempatkan instansi pada posisi yang sulit, karena publik salah satu unsur yang sangat penting dalam mempengaruhi eksistensi instansi, dengan adanya krisis kepercayaan dari publik maka segera mungkin humas harus menangani agar tidak berdampak negatif pada instansi.

Humas memiliki tanggung jawab yang besar dalam menjaga hubungan yang harmonis antara instansi dengan semua khalayaknya, sehingga humas merupakan penghubung yang baik bagi instansi baik internal maupun eksternal untuk menciptakan dan membentuk citra instansi. Humas Kominfo yang bertugas memberikan informasi dan penjelasan kepada khalayaknya atau publik mengenai kebijakan dan tindakan yang diambil oleh pemerintah serta memberikan pengertian apa yang dikerjakan oleh instansi pemerintah. Di era digital saat ini dimana semua orang mencari informasi mengenai kegiatan-kegiatan atau program kerja

pemerintah melalui media internet. kemajuan teknologi informasi dan komunikasi tersebut secara mendasar mengubah dan mentransformasikan pola hidup dan cara melakukan aktivitas bisnis, industri pemerintahan dan pendidikan guna meningkatkan taraf hidup yang lebih baik.

Dengan adanya Dinas Komunikasi dan Informatika Provinsi Jawa Timur, diharapkan bisa memberikan informasi kepada seluruh masyarakat Jatim mengenai kegiatan yang dilaksanakan oleh Pemprov Jatim serta peristiwa yang ada di Jawa Timur. Salah satu media online yang dapat digunakan masyarakat dalam mengakses informasi tersebut adalah website Diskominfo Jatim www.kominfo.jatimprov.go.id. Penulis memiliki kesempatan untuk menjalankan pelaksanaan kerja praktik di bidang Informasi Publik yang salah satunya memiliki tugas mengelola website tersebut dengan melakukan liputan berita, mulai dari proses wawancara, mengambil dokumentasi foto, hingga proses menulis berita mengenai kegiatan dan peristiwa yang ada di Provinsi Jatim, terutama kegiatan Gubernur Jawa Timur beserta Jajarannya, dan juga kegiatan yang dilaksanakan oleh Diskominfo Jatim sendiri.

Kerja Praktik yang dilakukan oleh mahasiswa akan membuat mahasiswa belajar dalam pengalaman kerja secara nyata dan membuat mahasiswa mengerti bagaimana cara sebuah hubungan yang baik dibangun, terutama bagaimana ilmu yang dipelajari ketika berada di bangku kuliah yakni dunia kerja dengan profesi yang hendak ia tempuh di Program Studi Ilmu Komunikasi. Pengalaman kerja praktik ini sangat bermanfaat untuk kehidupan selanjutnya dimana ketika seseorang memasuki dunia kerja yang mengharuskan kita untuk memiliki sifat tanggung jawab, kerja keras, dan menerapkan ilmu-ilmu yang sudah pernah kita pelajari di pendidikan sebelumnya untuk diterapkan di lingkungan pekerjaan. Proses Magang yang dilakukan dengan terjun langsung kedalam perusahaan, akan menciptakan suatu deskripsi pemikiran baru, karena disini teori akan diimplementasikan dan dengan mudahnya mahasiswa

akan cepat memahami dan belajar, sehingga pada saat mahasiswa duduk di meja kerja akan dengan mudah beradaptasi.

Laporan ini ditujukan untuk melaporkan kegiatan kerja praktik di Dinas Komunikasi dan Informatika Provinsi Jawa Timur yaitu unsur pelaksana urusan pemerintahan bidang komunikasi dan informatika khususnya di bidang kerja informasi publik. *Kehumasan* atau *public relation* menjadi salah satu unsur yang penting bagi perusahaan karena akan berpengaruh terhadap citra yang dibangun oleh perusahaan, pada kesempatan ini penulis melaksanakan Praktek Kerja Lapangan (Magang) agar dapat mengaplikasikan ilmu serta metode-metode tentang *Marketing Communication, Public Relations* khususnya di bidang Informasi Publik yang ada di Dinas Komunikasi dan Informatika provinsi Jawa Timur yaitu merupakan unsur pelaksana urusan pemerintahan bidang komunikasi dan informatika, urusan pemerintahan bidang persandian, dan urusan pemerintahan bidang statistik yang dipimpin oleh Kepala Dinas yang berkedudukan di bawah dan bertanggung jawab kepada Bupati melalui Sekretaris Daerah. Dinas Komunikasi dan Informatika mempunyai tugas membantu Bupati melaksanakan urusan pemerintahan dan tugas pembantuan bidang komunikasi dan informatika, bidang persandian, dan bidang statistik.

Informasi Publik memiliki tugas merumuskan serta menyiapkan bahan pelaksanaan kebijakan layanan informasi publik, terutama pada pengelolaan informasi publik dan media publik. Bidang Informasi Publik memiliki beberapa produk yang ditujukan sebagai penyeimbang berita dari media lainnya. Produk-produk tersebut antara lain, *Jatim Newsroom, Media Online, dan Majalah Potensi Digital*.

Berikut adalah akun website Diskominfo jatim yang digunakan untuk memberikan informasi seputar jawa timur.

Gambar I.1.
Akun website kominfo jatim prov



Sumber : Kominfo.jatimprov.go.id

Akun website Diskominfo jatim merupakan salah satu akun yang paling sering digunakan, penulis diberi kepercayaan mengelola akun website diskominfo jatim dengan mensubmit berita setiap hari dan membuat berita untuk diterbitkan langsung di akun website Diskominfo Jatim.

I.2. BIDANG KERJA PRAKTIK

Dalam latihan kerja praktek kali ini saya menduduki bidang Kehumasan yaitu bidang Informasi Publik di Dinas Komunikasi dan Informatika Provinsi Jawa Timur.

I.3. TUJUAN KERJA PRAKTIK

1. Memberikan kemampuan mahasiswa melalui pengetahuan yang diperoleh dengan fenomena yang ada di institusi dan perusahaan yang relevan dengan bidang ilmu komunikasi.

2. Memberikan kesempatan terhadap mahasiswa untuk menerapkan ilmu yang dipelajari khususnya dibidang ilmu komunikasi untuk diterapkan dilingkungan pekerjaan dan mendapatkan referensi untuk diterapkan di profesi selanjutnya.
3. Mempelajari cara bersosialisasi dan beradaptasi dengan lingkungan pekerjaan.
4. Menambah wawasan secara luas khususnya di bidang ilmu komunikasi
5. Memperoleh dan mempelajari kegiatan Kehumasan atau public relation di Dinas Komunikasi dan Informatika Provinsi Jawa Timur.
6. Memenuhi persyaratan yang diberikan oleh universitas untuk memenuhi standart kelulusan bagi mahasiswa ilmu komunikasi Universitas Katolik Widya Mandala.

I.4. MANFAAT KERJA PRAKTIK

a. Bagi Mahasiswa

1. Mahasiswa dapat memahami bagaimana kondisi saat bekerja dan dapat menerapkan ilmu yang bermanfaat di lingkungan pekerjaan nanti.
2. Mahasiswa dapat melatih sifat profesional saat bekerja untuk selalu memberikan yang terbaik terhadap pekerjaannya.
3. Mendapatkan kesempatan untuk bisa menerapkan ilmu yang pernah diberikan pada saat duduk di bangku kuliah khususnya di bidang Ilmu komunikasi.
4. Mahasiswa mendapatkan pengalaman serta ilmu yang sangat bermanfaat dari Dinas Komunikasi dan Informatika dan menambah jaringan secara luas.
5. Mahasiswa dapat mengukur kemampuannya dan dapat mengembangkan potensi yang ada dalam dirinya.

b. Bagi Dinas Kominfo Jatim

1. Sebagai bentuk Kontribusi yang diberikan Mahasiswa Ilmu Komunikasi Universitas Katolik Widya Mandala dalam Membantu meningkatkan Sumber Daya Manusia yang ada di Dinas Kominfo
2. Sarana untuk mengetahui bagaimana kualitas Mahasiswa Universitas Katolik Widya Mandala Surabaya dalam memberikan pekerjaan yang maksimal untuk Dinas Kominfo
3. Membantu dalam mencari kemampuan anak muda terbaik lulusan Sarjana Ilmu Komunikasi untuk bisa bekerja dan bergabung dalam Dinas Kominfo dan memberikan yang terbaik.

c. Bagi Lembaga Pendidikan

1. Untuk lebih meningkatkan kerjasama antara pihak Fakultas Ilmu Komunikasi Universitas Katolik Widya Mandala dengan pihak Dinas Kominfo Provinsi Jawa Timur
2. Menyelaraskan Kurikulum dengan pihak dengan aplikasi di dunia Industri sehingga lebih memudahkan dalam penyerapan lulusannya.

I.5. METODE KERJA PRAKTIK

Metode Kerja Praktik akan dilaksanakan mengikuti jadwal dari Dinas Kominfo dengan cara mengikuti kegiatan rutin sehari-hari Dinas Kominfo selama dua bulan kedepan atau selama 60 hari.

I.6. TINJAUAN PUSTAKA

I.6.1. Media Digital.

Pengaruh New Media atau “Media Baru” memiliki peran besar terhadap masyarakat secara individu maupun kelompok. Berbagai penelitian telah membuktikan bahwa pengaruh

media baru dalam hidup bermasyarakat sangat besar terutama pada generasi muda. Pengaruh diantaranya terjadi perubahan pola dan bentuk komunikasi antara anak dengan orang tua, antara remaja dalam lingkungan pertemanannya, demikian juga antara mahasiswa terhadap dosen. Perubahan pola pikir yang cenderung mengumbar self disclosure di media baru terutama di sosial media, serta kecenderungan menjadi lebih konsumtif. Keadaan ini telah disampaikan oleh McLuhan dengan Teori Determinisme Teknologi yang menggambarkan mengenai pengaruh media.

Media baru disebut juga new media digital. Media digital adalah media yang kontennya berbentuk gabungan data, teks, suara, dan berbagai jenis gambar yang disimpan dalam format digital dan disebarluaskan melalui jaringan berbasis kabel optic broadband, satelit dan sistem gelombang mikro. Media baru merupakan Media yang pada saat ini sekarang sedang berkembang dan akan terus berkembang mengikuti perkembangan zaman. Media ini berkembang baik dalam segi Teknologi, Komunikasi, Maupun Informasi” (Ardianto,2007:26). Contoh media baru ialah internet, komputer, telepon genggam dan situs. Selain teknologi, media baru juga tidak dapat dipisahkan dengan dunia digital. Hal Ini disebabkan karena sebagian besar media baru di dominasi oleh produk berteknologi digital yang seringkali memiliki karakteristik yang dapat dimanipulasi, bersifat jaringan, padat, mudah, interaktif dan tidak memihak.

Media baru atau juga disebut media online, meniadakan unsur periodesitas penerbitan atau penyiaran. Penyampaian berita tidak lagi ditempatkan dalam waktu tertentu baik dalam putaran interval bulan, minggu, hari dan jam. Berita disampaikan dalam waktu rael, ketika sumber berita menyampaikan fakta atau pendapat dan ketika peristiwa terjadi, hampir tidak ada jeda antara waktu terjadinya peristiwa atau terungkapkannya pernyataan pendapat dengan

penyajianya di media. Kemungkinan perbedaan waktu hanya karena faktor teknis saat pengungkapan dan pengunggahan dalam media tersebut. Demikian juga karakteristik ruang yang tersedia dan karakteristik pembaca akan memerlukan tuntutan jurnalisme tersendiri (Rusadi, 2013, p. 112)

I.6.2. Website

Website adalah sebuah media penyampaian informasi yang ada di internet. Website tidak hanya dapat digunakan untuk penyebaran informasi saja melainkan bisa dimanfaatkan untuk pengembangan bisnis seperti membuat toko online. Website adalah kumpulan dari halaman-halaman situs, yang biasanya terangkum dalam sebuah domain atau subdomain, yang tempatnya berada di dalam World Wide Web (WWW) di Internet. Sebuah halaman web adalah dokumen yang ditulis dalam format HTML (Hyper Text Markup Language), yang hampir selalu bisa diakses melalui HTTP, yaitu protokol yang menyampaikan informasi dari server website untuk ditampilkan kepada para pemakai melalui web browser. Semua publikasi dari website-website tersebut dapat membentuk sebuah jaringan informasi yang sangat besar (Trimarsiah & Arafat, 2017, p. 2).

I.6.3. Informasi Publik

Menurut Kamus Besar Bahasa Indonesia, Informasi mengandung pengertian penerangan atau pemberitahuan atau kabar atau berita tentang sesuatu istilah. (Deni Darmawan & Kunkun Nur Fauzi 2013:2) mengatakan bahwa informasi merupakan hasil dari proses pencarian dan pengolahan data, akan tetapi tidak semua hasil dari pengolahan tersebut bisa menjadi informasi yang layak untuk disebar luaskan, hasil pengolahan data yang tidak

memberikan makna atau arti serta tidak bermanfaat bagi seseorang bukanlah merupakan informasi bagi orang tersebut. Menurut (Hiro Tugiman ,1996:32) informasi adalah hasil dari pengolahan data dalam sebuah bentuk yang lebih bermanfaat dan memiliki makna bagi penerimanya. Informasi ini menggambarkan suatu kejadian nyata yang digunakan untuk pengambilan keputusan. Sumber dari informasi adalah data, yang dapat berbentuk simbol, huruf, alfabet, angka, suara sinyal, gambar-gambar dan sebagainya. (Menurut E.Koswara 1998:157) informasi merupakan sumber daya yang strategis sepanjang hidup kita. Sebagai negara berkembang, informasi merupakan bagian yang sangat diperlukan dalam pendidikan dan penelitian untuk pengembangan ilmu pengetahuan dan teknologi.

Kebutuhan informasi akan meningkat jika informasi memberikan sesuatu yang bermanfaat pada sipencarinya, seperti menyelesaikan masalah atau memecahkan persoalan, memberikan ide-ide baru untuk sebuah program baru, kebutuhan pada pengetahuan, atau melakukan pengawasan pada sesuatu yang sedang berjalan. Kemampuan penyelenggara pemerintahan menyiapkan sediaan informasi dengan berbagai infrastruktur dan konten yang memadai, disertai dengan sikap keterbukaan dan mekanisme serta prosedur yang memadai, akan memudahkan masyarakat memberikan kontribusi atau partisipasi secara positif. Masyarakat tidak akan mudah terpancing isu atau informasi yang simpang siur seandainya mereka mudah mendapatkan informasi yang memadai (setiaman., 2013 196).

I.6.4. Aktivitas Cyber Public Relation

Aktivitas hubungan masyarakat atau yang biasa disebut *public relations* pada hakekatnya adalah kegiatan komunikasi yang memiliki ciri-ciri tertentu, disebabkan karena fungsi, sifat organisasi dari lembaga mana Humas berada dan berlangsung, dalam pengertian teoritisnya

humas adalah salah satu bidang ilmu komunikasi praktis yaitu penerapan ilmu komunikasi yang dilaksanakan dalam sebuah organisasi atau kelembagaan (Dr. Irene Silviani, 2020, p. 9)

Menurut Doherty (1995) dalam Aprinta (2014), Cyber Public Relations umum dilihat sebagai sebuah bentuk dari pengoprasian dunia maya dalam praktik kerja public relations. Onggo (2004) menyatakan bahwa, Cyber PR adalah inisiatif public relations yang menggunakan media internet sebagai sarana publisitasnya. Sebagai sebuah strategi yang sejalan dengan fungsi public relations, Cyber PR memiliki beberapa strategi yang dapat digunakan untuk menciptakan atau membentuk citra dari sebuah perusahaan. Menurut Aprinta (2014), strategi tersebut antara lain: (1) publikasi online; (2) sosial media; (3) komunitas online (Pembangunan et al., 2018, p. 189).

Sudah mulai tahun 1990-an, media online muncul menjadi media baru yang sangat kuat di dunia. Internet telah hampir menjadi sinonim dari sebuah konsep media baru saat ini. Esensi dari e-pr adalah percepatan informasi. Internet telah mengubah cara banyak perusahaan dalam menangani kontak pers dan kegiatan yang berhubungan dengan media relations. Selain itu keuntungan yang dapat diperoleh antara lain jangkauan secara global/dunia, banyaknya informasi yang tersedia dan aktual, mengembangkan investor relations, dapat mempertinggi kontak dengan media, akses yang mudah, biaya efisien. Pemanfaatan internet memberikan kemampuan kepada praktisi humas, khususnya humas pemerintah untuk meningkatkan akses pelayanan dan pemberian informasi kepada publik selama 24 jam sehari, 7 hari seminggu. Ada beberapa cara yang dapat dilakukan melalui e-pr, yaitu e-mail, chat, mailing list, newsgroup, www (wordl wide web), e-newsletters (Yazid, 2015, p. 163)

(Menurut Holtz (2002:127) dalam Meirianti, 2018, p. 7), terdapat 3 karakteristik *cyber public relations*, yaitu:

1. *Strategic*

Kegiatan *Public Relations* yang berfokus dalam hal mempengaruhi hasil bisnis perusahaan.

2. *Integrated*

Kegiatan *Public Relations* yang berfokus pada penggunaan internet sebagai elemen dalam penyusunan program komunikasi yang lebih luas.

3. *Targeted*

Kegiatan *Public Relations* yang berfokus pada penggunaan internet lebih dari media komunikasi yang lain dalam rangka mencapai target publiknya. Pemakaian internet tersebut didasarkan pertimbangan bahwa internet memiliki keunggulan yang lebih dari media lainnya.

I.6.5. Aktivitas Produksi Berita dan Unsur-Unsur Penting Dalam Penulisan Berita

Aktivitas dalam memproduksi sebuah berita harus memperhatikan beberapa hal. Berita dapat dibagi dalam dua kategori yaitu berita hard news dan berita ringan *soft news*. Berita juga dapat dilihat dan dibedakan menurut lokasi terjadinya suatu peristiwa yang hendak dijadikan sumber dalam penulisan berita. Jika dilihat berdasarkan sifatnya, berita bisa dipilah menjadi berita diduga dan berita tidak diduga. *Hard News* punya arti penting bagi pembaca, pendengar dan pemirsa karena biasanya berisi kejadian yang terkini, yang baru saja terjadi atau akan terjadi biasanya mengenai pemerintahan, politik, pendidikan, agama, ketenagakerjaan, pengadilan, pasar finansial dan lain sebagainya. *Soft news* atau berita ringan yang biasanya cenderung kurang penting karena isi dari berita tersebut bersifat menghibur dan terkadang terdapat informasi penting didalamnya. Jenis-jenis berita dalam dunia jurnalistik dibagi kedalam tiga kelompok, *elementary, intermediate, advance*. Yang termasuk

dalam kelompok berita *elementary* (dasar) yaitu pelaporan berita secara langsung *straight news*, berita mendalam (*depth news report*). Berita *intermediate* (lanjutan) meliputi pelaporan berita interpretatif (*interpretative news report*) dan pelaporan karangan khas (*feature story report*). Sementara pelaporan mendalam (*depth reporting*), pelaporan penyelidikan (*investigative reporting*), dan penulisan tajuk rencana (*editorial writing*) masuk ke dalam kategori kelompok *advance* (mahir).

Straight news report merupakan laporan secara langsung mengenai suatu peristiwa biasanya memuat informasi terkini tentang peristiwa yang sedang hangat, aktual, dan penting. Berita jenis ini ditulis menggunakan unsur *5W+1H* (*what, when, who, where, why, and how*). *Depth News Report* yaitu segala sesuatu yang membuat pembaca tahu mengenai seluruh aspek aspek yang terjadi pada subjek dari kepastian informasi yang diberikan, laporan ini memerlukan penggalian informasi, bukan opini reporter, fakta-fakta yang nyata menjadi sumber utama yang besar. Investigation News adalah berita yang dikembangkan berdasarkan penelitian atau penyelidikan dari berbagai sumber. Interpretative News merupakan berita yang dikembangkan dengan pendapat atau penilaian wartawan berdasarkan fakta yang ditemukan (Andi Rannu, 2019, p. 13).

Struktur berita sangat ditentukan oleh format berita yang akan ditulis. Format berita merupakan jenis-jenis berita yang akan disajikan. Sebuah struktur berita yang paling lazim digunakan dan disarankan adalah struktur piramida terbalik. biasanya terdiri dari bagian headline, dateline, lead, dan body berita;

(a) Headline. Biasa disebut judul. Sering juga dilengkapi dengan anak judul. Gunanya untuk (1) menolong pembaca agar segera mengetahui peristiwa yang akan diberitakan, dan (2) menonjolkan satu berita dengan dukungan teknik grafika.

(b) Dateline. Ada yang terdiri atas nama media massa, tempat kejadian, dan tanggal kejadian. Adapula yang terdiri atas nama media massa dan tempat kejadian. Tujuannya adalah menunjukkan tempat kejadian dan inisial media.

(c) Lead. Adalah laporan secara singkat yang bersifat klimaks dari peristiwa yang dilaporkan. Untuk memenuhi rasa ingin tahu pembacanya secara cepat, lead disusun sedemikian rupa sehingga bisa menjawab pertanyaan, yaitu pertanyaan yang dirumuskan sebagai 5W+1H. Ia merupakan saripati sebuah berita yang melukiskan seluruh berita secara singkat. (d) Body atau tubuh berita. Isinya menceritakan peristiwa yang dilaporkan dengan bahasa yang singkat, padat, dan jelas (Bangun et al., 2019, p. 5).

Dalam menghasilkan sebuah berita yang nantinya akan di *upload* (unggah) dalam sebuah situs website menurut (Harahap et al., 1992, p. 55) perlu adanya rancangan seperti dibawah ini :

- a. Mencari berita (*news hunting, news getting, atau news gathering*) disebut pula meliput bahan berita – adalah salah satu tahap proses penyusunan naskah berita dan perencanaan berita (*news processing*).
- b. proses penulisan naskah (*news writing*), dan proses penyuntingan naskah (*news editing*). Tepatnya, meliputi berita dilakukan setelah melewati proses perencanaan dalam rapat proyeksi redaksi. Misalnya, dalam rapat redaksi itu diputuskan untuk memuat profil seorang artis. Maka segera setelah itu dilakukan wawancara dengan artis tersebut. Wawancara itulah yang dinamakan *news hunting*. Ada tiga teknik peliputan berita, yakni reportase, wawancara, riset kepustakaan (studi literatur)

Pada produksi berita perlu adanya tahapan-tahapan yang dilakukan seperti yang telah dipaparkan di atas yaitu dengan menggunakan konsep *news gathering* adalah proses di mana

wartawan mencari berita dengan ketentuan fakta yang tepat dan benar. Kegiatan itu pada prinsipnya dapat dilaksanakan setiap waktu, tergantung dari kehendak atau waktu yang disediakan oleh wartawan itu sendiri.

Berita dapat terjadi kapan saja dan dimana saja. Berita juga dapat bermacam-macam karena itu untuk mendapatkan berita cara atau sistem yang digunakan reporter atau wartawan sebenarnya juga dapat bermacam-macam. Wartawan atau reporter bisa memperoleh berita sesuai yang diprogramkan atau ditugaskan oleh redaksi, ini berarti berita datang secara tidak diperhitungkan. Itulah profesi kewartawanan sebagai profesi yang memiliki nilai tersendiri.

sedangkan (*news writing*) adalah proses penulisan berita dan langkah selanjutnya setelah tahap *news writing news distributing* yaitu berita mulai di distribusikan dalam sebuah platform yaitu media online berupa website.

Ada tiga teknik peliputan berita, yakni reportase, wawancara, riset kepustakaan (studi literatur). (1) *Reportase* adalah kegiatan jurnalistik berupa meliput langsung ke lapangan, ke "TKP" (tempat kejadian perkara). (2) Proses wawancara Semua jenis peliputan berita memerlukan proses wawancara (interview) dengan sumber berita atau nara sumber (interviewee). (3) Riset kepustakaan (studi literatur) adalah teknik peliputan atau pengumpulan data dengan mencari kliping koran, makalah-makalah atau artikel koran, menyimak brosur-brosur, membaca buku atau menggunakan fasilitas search engine di internet. (Juwito, 2008, pp. 44–45)