

BAB II

TINJAUAN PUSTAKA

A. *New Media*

1. Definisi dan Karakteristik *New Media*

Teori media baru adalah teori sebuah teori yang dikembangkan oleh Pierre Levy. Teori ini menjelaskan tentang perkembangan media. Terdapat dua pandangan dalam teori media baru, yang pertama yaitu pandangan interaksi sosial, yang membedakan media berdasarkan kedekatannya dengan interaksi tatap muka. Pierre Levy berpendapat *World Wide Web* (WWW) merupakan sebuah lingkungan informasi yang fleksibel serta dinamis, terbuka, serta memungkinkan manusia untuk mengembangkan pengetahuan baru serta terlibat pada dunia demokratis mengenai pemberian kuasa serta mutual berdasarkan masyarakat dan lebih interaktif (Creeber & Martin dalam Cindie, 2020).

Sedangkan pendekatan kedua yaitu Pandangan integrasi sosial, media diritualkan karena media menjadi kebiasaan, sesuatu yang formal, dan memiliki nilai yang lebih besar dari penggunaan media itu sendiri, atau bagaimana manusia menggunakan media sebagai cara menciptakan masyarakat. Media bukan hanya sebuah instrumen informasi atau cara untuk mencapai ketertarikan diri, tetapi menyatukan kita dalam beberapa bentuk masyarakat dan memberi kita rasa saling memiliki. *New Media* adalah media *online* yang berbasis teknologi, bersifat fleksibel serta interaktif, berfungsi secara publik maupun privat dengan menggunakan internet. *New Media* (media *online*) yang

diartikan sebagai produk komunikasi yang termediasi teknologi, terdapat bersama komputer digital (Creeber & Martin dalam Cindie, 2020).

Lev Manovich dalam bukunya yang berjudul *The New media Reader* mengatakan bahwa bahwa media baru adalah objek budaya dalam sebuah paradigma baru dari dunia media masa dalam masyarakat. *New media* memungkinkan adanya penyebaran yang dilakukan oleh teknologi komputer dan data digital yang dikendalikan oleh model-model aplikasi. Media baru mengalami pembaharuan dalam model penyebaran informasi yang memanfaatkan teknologi jaringan perangkat lunak (Wardrip-Fruin and Nick Montfort dalam Andini 2021).

Kemudian selain itu ada Martin Lister dalam bukunya *New media: A Critical Introduction* yang menyatakan bahwa media baru adalah sebuah terminologi yang digunakan untuk menyebutkan sesuatu hal tentang perubahan dalam skal besar dalam produksi suatu media, artinya bahwa yang didalamnya ada distribusi media, dan penggunaan media yang bersifat teknologis dan konvensional budaya (Lister dalam Andini, 2021).

New media memiliki beberapa karakteristik lain yang tak dimiliki oleh media massa konvensional lainnya tentang kelebihan media baru. Dalam pendapatnya media dibedakan menjadi 2 yakni media lama yang disebut *broadcast* dan media baru yang disebut *interactivity*. Pada media baru khalayak tidak sekadar ditempatkan sebagai obyek yang menerima pesan, akan tetapi peran khalayak bergeser menjadi lebih interaktif pada sebuah pesan.

Konsep interaktif ini pada akhirnya juga mengaburkan batasan- batasan fisik dan sosial. Nasrullah (2014:75) mengangkat pendapat Nicolas Gane dan David Beer (2008) tentang karakteristik media baru. Karakter pertama yakni *network* media baru memungkinkan jaringan yang menghubungkan tidak hanya antar perangkat komputer namun juga antar individu. Karakteristik kedua *interactivity* media baru membangun struktur dari perangkat keras dan lunak yang melibatkan manusia sehingga manusia pengguna ini dapat berkomunikasi secara *interpersonal* dengan orang lain dengan cara yang baru. Hal inilah yang juga pada akhirnya menghapuskan sekat-sekat sosial dan ekonomi diantara komunikasi interpersonal tersebut.

Bahkan dimungkinkan juga komunikasi terjalin antara pihak pihak yang berbeda latar belakang. Karakter yang ketiga *interface* media baru bukan hanya mempertemukan manusia dengan perangkat komputer saja, namun media baru menghubungkan manusia dengan orang lain, jaringan informasi, serta beragam data di internet. Interaksi antara *sender* dan *receiver* dilakukan dengan memproduksi *text* (kode). *Text* disini beberapa diantaranya telah menjadi universal dan dipakai oleh pengguna dari seluruh dunia. Karakteristik *interativity* media baru tersebut membawa media baru memiliki keunggulan- keunggulan tersendiri. Diantaranya adalah 9 memungkinkan adanya *feedback* secara langsung menerangkan *Feedback* merupakan jawaban tanggapan dari penerima pesan dalam bentuk sebuah pesan verbal maupun non verbal. Nurudin, (2007:32) membedakan *Feedback* menjadi 2 jenis yakni *feedback* langsung (*immediated feedback*) dan juga *feedback* tidak langsung (*delayed feedback*).

Feedback langsung dapat terjadi jika komunikator dan komunikan berhadapan langsung. Media baru memungkinkan terjadinya *feedback* langsung meskipun secara fisik komunikator dan komunikan tidak berhadapan langsung. Pada media baru *Feedback* dapat dilakukan pada waktu yang relatif singkat. Pada perkembangannya media baru juga dimanfaatkan masyarakat guna memberikan *feedback* berupa kritik dan saran bagi media konvensional lain salah satunya televisi. Sehingga dalam hal ini siapa saja dimungkinkan untuk bisa menjadi aktor yang memproduksi pesan (Nasrullah, 2014).

2. Definisi dan Karakteristik Media Sosial

Media sosial adalah sebuah media *online*, dimana para penggunanya bisa dengan mudah memanfaatkannya untuk memenuhi kebutuhan komunikasinya. Konsep lain mengatakan bahwa media sosial merupakan media online yang mendukung interaksi sosial. Implementasinya, media sosial menggunakan teknologi berbasis *web* yang mengubah komunikasi menjadi dialog interaktif. (Menurut Widada dalam Faidah, 2023)

Perkembangan media sosial yang kian kencang tidak cuma berlangsung pada negara -negara maju saja, di negara berkembang seperti tanah air kita ini, Indonesia saja banyak sekali user alias pemakai sosial media serta kemajuan yang pesat ini sanggup jadi pengganti peran media massa maupun konvensional dalam menyebarkan informasi ataupun data. Tidak hanya itu, Indonesia menduduki ranking ke 5 di dunia dalam pemakai akun *Twitter*. Selain itu tidak hanya sebagai pemberi data, media sosial

ataupun internet pula bisa dijadikan sebagai sebuah gerakan bidang usaha, semacam membuka gerai *online* serta serupanya (Menurut Widada dalam Faidah, 2023).

Memperlihatkan jika sarana sosial yaitu basis media yang berpusat pada presensi pengguna, memudahkan kegiatan serta kerja sama mereka. Oleh karena itu, media sosial mampu dipandang selaku media *online* (perantara) yang memperkuat jalinan antara pengguna serta hubungan sosial. Memaknai kata media sosial sebagai konvergensi antara komunikasi tatap muka, dalam arti berbagi antar individu (dibagikan satu per satu), dan media publik, dalam arti berbagi dengan semua orang tanpa ciri-ciri individu (Sukrillah dalam Faidah, 2023).

Karakteristik yang dimiliki media sosial. Menurut Rulli Nasrullah, media sosial memiliki karakteristik sebagai berikut:

Karakteristik media sosial tidak jauh berbeda dengan media siber (*cyber*) karena merupakan salah satu *platform* dari media siber. Namun demikian, menurut Nasrullah (2015) media sosial memiliki karakter khusus, yaitu:

1. Jaringan (*Network*)

Jaringan adalah infrastruktur yang menjadi penghubung antara komputer dengan perangkat keras lainnya. Koneksi ini diperlukan karena komunikasi bisa terjadi jika antar komputer terhubung, termasuk di dalamnya perpindahan data.

2. Informasi (*Informations*)

Informasi menjadi entitas penting di media sosial karena pengguna media sosial mengkreasikan representasi identitasnya, memproduksi konten, dan melakukan interaksi berdasarkan informasi.

3. Arsip (*Archive*)

Bagi pengguna media sosial, arsip menjadi sebuah karakter yang menjelaskan bahwa informasi telah tersimpan dan bisa diakses kapanpun dan melalui perangkat apapun.

4. Interaksi (*Interactivity*)

Media sosial membentuk jaringan antar pengguna yang tidak sekedar memperluas hubungan pertemanan atau pengikut (*followers*) semata, tetapi harus dibangun dengan interaksi antar pengguna tersebut.

5. Simulasi Sosial (*Simulation of Society*)

Media sosial memiliki karakter sebagai medium berlangsungnya masyarakat (*society*) di dunia *virtual*. Keunikan dan pola dimiliki oleh media sosial yang sangat berbeda dan hampir tidak dijumpai dalam tatanan masyarakat yang nyata.

6. Konten oleh pengguna

Di media sosial konten sepenuhnya milik dan berdasarkan kontribusi pengguna atau pemilik akun. UGC merupakan relasi simbiosis dalam budaya media baru yang memberikan kesempatan dan keleluasaan pengguna untuk berpartisipasi. Hal ini berbeda dengan media lama (tradisional) dimana khalayaknya sebatas menjadi objek atau sasaran yang pasif dalam distribusi pesan.

3. Fungsi dan Manfaat Media Sosial

Fungsi Media Sosial yaitu untuk memperluas interaksi sosial manusia menggunakan internet dan teknologi *web*, mentransformasi praktik komunikasi searah

media siaran dari satu institusi media ke banyak *audience* (“*one to many*”) menjadi praktik komunikasi dialogis antar banyak *audience* (“*many to many*”), mendukung demokratisasi pengetahuan dan informasi, mentransformasi manusia dari pengguna isi pesan menjadi pembuat pesan itu sendiri.

Media sosial memungkinkan pengguna untuk membangun dan memperluas jaringan sosial mereka. Mereka dapat terhubung dengan teman-teman, keluarga, rekan kerja, dan juga komunitas dengan mudah, tanpa terbatas oleh jarak geografis. Media sosial juga dapat digunakan untuk sumber pembelajaran dan pengetahuan (Eka, dkk, 2020).

Pengguna dapat mengakses konten edukatif, diskusi, dan *tutorial* di berbagai topik dari pengguna lain atau institusi pendidikan. Media sosial telah menjadi *platform* yang efektif bagi bisnis dan organisasi untuk memasarkan produk atau layanan mereka. Mereka dapat mencapai *audiens* yang lebih luas dan berinteraksi langsung dengan pelanggan potensial (Diah, 2023).

4. Fungsi dan Manfaat *New Media*

Seperti yang dilansir oleh *manajamen.uma.ac.id*, seperti yang diketahui umum komunikasi massa adalah proses berbagi pesan ke sejumlah besar khalayak melalui beberapa bentuk teknologi pada satu waktu. Sehingga beberapa bentuk teknologi yang digunakan untuk menyebarkan pesan adalah media. Berikut fungsi *new media* dalam penerapannya :

a. Informasi

Mengirim dan berbagi informasi adalah fungsi utama media karena informasi adalah pengetahuan dan pengetahuan adalah kekuatan, media menawarkan fakta dan opini yang otentik dan tepat waktu tentang berbagai peristiwa dan situasi kepada khalayak massa sebagai item informatif. Informasi yang diberikan oleh media massa dapat bersifat beropini, obyektif, subyektif, primer dan sekunder. Fungsi media yang informatif juga memungkinkan *audiens* mengetahui apa yang terjadi di sekitar mereka dan menemukan kebenaran. Media menyebarkan informasi sebagian besar melalui siaran berita di radio, TV, serta kolom surat kabar atau majalah.

b. Pendidikan

Media memberikan pendidikan dan informasi yang berbeda untuk orang-orang di semua tingkatan. Mereka mencoba mendidik orang secara langsung atau tidak langsung menggunakan berbagai bentuk konten. Misalnya, program pendidikan jarak jauh adalah pendekatan langsung. Drama, dokumenter, wawancara, cerita utama, dan banyak program lainnya disiapkan untuk mendidik masyarakat secara tidak langsung. Apalagi di negara berkembang, media massa digunakan sebagai alat yang efektif untuk penyadaran massa.

c. Hiburan

Fungsi penting lainnya dari media adalah sebagai hiburan yang juga dipandang sebagai fungsi media yang paling jelas dan sering digunakan. Sebenarnya hiburan adalah salah satu bentuk pertunjukan yang memberikan kesenangan kepada orang lain. Media memenuhi fungsi ini dengan memberikan hiburan kepada orang-orang dengan koran dan majalah, radio, televisi, dan media online menawarkan cerita, film, serial,

dan komik untuk menghibur *audiens* nya. Olahraga, berita, *review* film, seni dan fashion adalah contoh lainnya yang membuat waktu rekreasi dan waktu luang penonton lebih menyenangkan dan menyenangkan.

d. Persuasi

fungsi lain dari media massa karena persuasi melibatkan membuat pengaruh pada pikiran orang lain. Media massa mempengaruhi audiens dengan berbagai cara mengingat konten media membangun opini dan menetapkan agenda di benak publik. Itu mempengaruhi suara, mengubah sikap dan perilaku moderat. Menggunakan tajuk rencana, artikel, komentar, dan lain-lain, media massa dapat meyakinkan *audiens* meski tidak semua audiens tahu tentang itu. Banyak dari mereka menjadi terpengaruh atau termotivasi tanpa disadari begitu melihat iklan sebagai contoh yang dirancang untuk membujuk para penonton.

e. Pengawasan

Pengawasan atau *surveillance* menunjukkan observasi yang berarti mengamati masyarakat dari dekat. Fungsi media massa adalah untuk mengamati masyarakat secara dekat dan terus menerus serta memberikan peringatan tentang tindakan-tindakan yang mengancam khalayak massa yang kemungkinan besar akan terjadi di masa mendatang guna mengurangi kemungkinan kerugian tersebut.

Demikian pula media massa juga menginformasikan tentang perbuatan tercela yang terjadi di masyarakat kepada pihak yang berwenang dan mencegah terjadinya malpraktek di kalangan khalayak massa di masyarakat ini juga termasuk

menginformasikan tentang ancaman dari angin topan, gunung berapi yang meletus, kondisi ekonomi yang lesu, peningkatan inflasi atau serangan militer.

f. **Sosialisasi**

Sosialisasi adalah transmisi budaya dan media adalah reflektor masyarakat yang mensosialisasikan orang, terutama anak-anak dan pendatang baru. Sosialisasi adalah proses di mana orang dibuat untuk berperilaku dengan cara yang dapat diterima dalam budaya atau masyarakat mereka. Melalui proses ini, masyarakat belajar bagaimana menjadi anggota masyarakat atau masyarakat manusia dalam arti yang lebih besar. Padahal proses sosialisasi media membantu membentuk perilaku, sikap dan keyakinan masyarakat yang mana proses sosialisasi mendekatkan orang dan mengikat mereka menjadi satu kesatuan.

B. Instagram

1. Definisi Instagram

Nama Instagram berasal dari pengertian dari keseluruhan fungsi aplikasi ini. Kata “insta” berasal dari kata “instan”, seperti kamera polaroid yang pada masanya lebih dikenal dengan sebutan “foto instan”. Instagram juga dapat menampilkan foto-foto secara instan, seperti polaroid di dalam tampilannya. Sedangkan untuk kata “gram” berasal dari kata “telegram”, yaitu cara kerja telegram sendiri adalah untuk mengirimkan informasi kepada orang lain dengan cepat.

Sama halnya dengan Instagram yang dapat mengunggah foto dengan menggunakan jaringan internet, sehingga informasi yang ingin disampaikan dapat

diterima dengan cepat. Oleh karena itulah Instagram berasal dari instan-telegram. Fitur-fitur dalam media sosial Instagram ini adalah indikator yang digunakan dalam penelitian ini berdasarkan pendapat Bambang (2012:53) dalam bukunya “Instagram Handbook” menyatakan indikator dari media sosial Instagram yaitu *Hashtag*, *Geotag*, *follow*, *share*, *like*, komentar dan *mention* (Arya Nugeraha, dkk 2020).

2. Fitur Instagram

Fitur-fitur yang ada didalam instagram diantaranya :

a. Berbagi foto dan video

Awalnya Instagram merupakan layanan berbagi foto murni. Instagram memasukkan video *sharing* 15 detik pada Juni 2013. Penambahan itu dilihat oleh beberapa orang di media teknologi sebagai upaya Facebook untuk bersaing dengan aplikasi berbagi video yang populer saat itu. Pada bulan Agustus 2015, Instagram menambahkan dukungan untuk video layar lebar. Pada Maret 2016, Instagram meningkatkan batas video 15 detik menjadi 60 detik. Berbagi foto dan video merupakan konten yang dapat diunggah pada media sosial ini. Penggunanya pun dapat menambahkan filter dan efek yang tersedia di dalam mengunggah foto dan video. Penggunanya pun dapat menambahkan lokasi pada setiap unggahan dan terhubung dengan maps, sehingga pengguna lain dapat melacak lokasi tersebut. Selain menambahkan lokasi dan unggahan foto dan video, penggunanya pun dapat menandai pengguna lain dan membagikan kepada media sosial lain. Setelah diunggah, foto dan video tersebut dapat pula disunting dan dihapus oleh penggunanya.

b. *Direct Message*

Pesan *direct* adalah fitur yang disediakan oleh Instagram dalam berkomunikasi secara pribadi. Dalam berkomunikasi melalui Pesan *direct* penggunanya pun dapat membuat grup dengan menambahkan pengguna lain dalam percakapannya. Komunikasi yang dapat digunakan dalam Pesan *direct* bukan hanya berupa *text*, tapi dapat juga berupa foto dan video melalui pengaturan waktu yang dapat ditentukan oleh pengirim, sehingga foto dan video yang dikirim dapat menghilang dalam waktu yang ditentukan.

c. *Instagram Stories*

Pada bulan Agustus 2016, Instagram meluncurkan *Instagram Stories*. *Instagram stories* merupakan sebuah fitur yang memungkinkan pengguna untuk mengambil foto, menambahkan efek serta lapisan dan menambahkannya ke *feed Instagram stories* mereka. Gambar yang diunggah ke cerita pengguna memiliki masa kedaluwarsa setelah 24 jam. Ketika *Instagram stories* diluncurkan banyak yang melihatnya sebagai tiruan Snapchat. Hal ini dikarenakan selain membagikan foto dan video yang hilang setelah 24 jam, Instagram stories memungkinkan pengguna menambahkan filter seperti Snapchat yang menambahkan hal-hal seperti mahkota bunga dan telinga kelinci.

Namun, tidak butuh waktu lama dalam delapan bulan, *Instagram stories* mampu melampaui jumlah pengguna aktif harian Snapchat. Pengguna Instagram juga dapat mengatur untuk tidak dapat ditandai dalam unggahan cerita pengguna lain. Konten yang diunggah pada fitur cerita ini juga dibagikan kepada pengguna tertentu. Setiap yang melihat konten cerita dapat mencatatkan siapa saja yang telah melihat unggahan tersebut. Instagram juga menyediakan pilihan untuk melaporkan konten Cerita yang

dapat mengganggu dan melanggar hukum. Penggunaan *Instagram stories* sangat sederhana untuk dapat mengekspresikan diri dan terhubung dengan orang lain terutama digunakan sebagai bisnis.

Selain dilengkapi fitur *Instagram Stories* yang menyenangkan karena dilengkapi dengan penunjang foto, video, teks dan filter-filter lucu. Penggunaan *Instagram stories* memiliki manfaat besar bagi penggunanya. *Instagram stories* saat ini merupakan *platform* yang paling cepat berkembang karena pada setiap harinya dan lebih dari 200 juta orang menggunakan *Instagram stories*. Selain itu *Instagram stories* masuk dalam “*discoverable*” memungkinkan orang lain dapat melihat unggahan pengguna meskipun tidak saling mengikuti, hal tersebut merupakan kesempatan besar untuk menciptakan penggemar atau *viewers* aktif pada unggahan-unggahan lainnya.

Sebagai pengguna yang sedang melakukan *branding*, *Instagram stories* dapat dijadikan alat untuk dapat menunjang tujuan. *Stories* adalah komponen penting dari penggunaan Instagram. *Instagram stories* adalah cara lain untuk terhubung dengan *audiens* target dan fakta bahwa itu muncul di bagian atas bilah pencarian dan mengambil layar penuh pengguna (dan perhatian penuh) menghilangkan semua gangguan visual lainnya dari lapangan.

d. Siaran Langsung

Siaran Langsung merupakan fitur yang memungkinkan pengguna Instagram untuk membagikan video secara langsung kepada pengguna lain. Konten Siaran Langsung dapat tersimpan dan terlihat oleh pengguna lain selama 24 jam pada kolom Cerita. Setelah itu konten tersebut tidak akan terlihat lagi, tetapi pengunggah dapat

menyimpan pada perangkat. Siaran Langsung juga dapat membagikan video percakapan dua arah dengan pengguna lain.

e. *Hashtag*

Fitur ini disediakan oleh Instagram sebagai subjek pencarian, sehingga dapat memudahkan mencari dalam kolom pencarian. Dalam kolom pencarian yang disediakan, pengguna hanya dapat mencari berdasarkan nama pengguna, lokasi, *hashtag*, dan lokasi. Untuk itu pemberian *hashtag* dapat digunakan dalam mempromosikan setiap konten yang diunggah dan penggunaan *hashtag* tidak ada batasan jumlah tertentu.

f. IGTV

Selain membagikan video melalui beranda, Instagram memiliki fitur lain dalam membagikan video. Video yang diunggah memiliki durasi yang lebih panjang dibandingkan dengan unggahan video pada beranda. Pada beranda pengguna Instagram hanya dapat mengunggah video dengan durasi maksimal 1 menit, sedangkan pada IGTV penggunaanya dapat menunggah video dengan durasi maksimal 10 menit. Untuk konten unggahan pada IGTV pun dapat dibagikan melalui akun facebook. Pada IGTV, Instagram menyediakan presentase rata-rata ditonton oleh pengguna lain. Selain itu Instagram juga menyediakan kolom komentar, dan suka sebagai bentuk diskusi dan apresiasi.

g. Komentar

Komentar merupakan fitur yang disediakan oleh Instagram untuk berdiskusi pada setiap konten yang diunggah. Pengguna Instagram juga dapat menyaring kata yang

tidak ingin mereka dapatkan pada komentar pengguna lain. Komentar yang masuk juga dapat dihapus. Dan pengguna Instagram juga memungkinkan untuk tidak membuka kolom komentar.

h. Editing

Foto yang akan di unggah baik hasil bidikan langsung atau dari galeri yang dipilih dapat dilakukan pengeditan sebelum di *publish*, kemudahan mengedit pada akun instagram ini dilengkapi dengan filter foto yang menarik untuk mempercantik foto yang akan di *upload*. Selain itu kita dapat menambahkan *caption* atau keterangan foto dari foto yang akan kita *upload*.

i. Explore

Pada Juni 2012, Instagram memperkenalkan *explore* atau jelajahi, yang menampilkan foto populer, foto yang diambil di lokasi terdekat dan sejenis dengan pencarian yang sering dilakukan pengguna. *Tab* ini diperbarui pada Juni 2015 untuk menampilkan *tag* dan tempat yang sedang tren, konten yang dikurasi, dan kemampuan untuk mencari lokasi

3. Pemanfaatan Instagram

Adapun Beberapa Manfaat Dari Instagram :

- a. Pemanfaatan instagram sebagai media sosial pemasaran dalam menyampaikan informasi kepada publik, diharapkan dapat memberikan hasil berupa pengetahuan yang berguna bagi publik yang membaca bahkan melihatnya.

- b. Pemanfaatan instagram sebagai media komunikasi menjadi salah satu keuntungan buat perusahaan dalam mempromosikan penjualannya serta publikasikan produknya melalui media sosial instagram. Melalui instagram tersebut merupakan cara pebisnis online dalam memasarkan atau mengenalkan produk mereka kepada konsumen melalui tampilan foto ataupun video yang diunggah ke akun instagram milik mereka.
- c. Instagram juga dapat menjadi wadah untuk mendapatkan eksistensi bagi orang yang menggunakannya. Dengan memposting foto dan video mereka dapat membagikan informasi kepada pengguna lain, baik itu teman lama maupun teman baru.

4. Instagram Sebagai Media Penyebaran Berita

Instagram sebagai salah satu *platform* media sosial populer dan juga digunakan sebagai media penyebaran berita. Meskipun kini Instagram lebih dikenal sebagai *platform* berbagai foto dan video, pengguna juga dapat memanfaatkannya untuk mendapatkan informasi dan berita terkini. Cara Instagram menyebarkan informasi berita ke publik salah satunya adalah dengan melakukan fitur-fitur yang ada.

C. Informasi Berita

1. Definisi Informasi dan Berita

Informasi adalah data yang diolah menjadi bentuk yang berguna dan berarti bagi yang menerimanya, informasi disebut juga data yang diproses atau data yang memiliki arti. Informasi merupakan sebuah istilah yang tepat dalam pemakaian umum, informasi

dapat mengenai data mentah, data tersusun, kapasitas sebuah saluran komunikasi, dan lain sebagainya.

Dari beberapa definisi di atas dapat disimpulkan bahwa informasi adalah sebagai data yang sudah diolah, dibentuk, atau dimanipulasi sesuai dengan keperluan tertentu. Informasi menurut McLeod (2010:35) merupakan data yang telah diproses atau memiliki arti. Adapun karakteristik penting yang harus dimiliki oleh informasi, seperti: relevansi, akurat, ketepatan waktu, dan kelengkapan (Agus Ramdhani Nugraha, dkk 2019).

Sementara itu menurut Mickhel V. Charniey mengemukakan bahwa “berita adalah laporan tercepat dari suatu peristiwa atau kejadian yang faktual, penting, dan menarik bagi sebagian pembaca, serta menyangkut kepentingan mereka” Sementara menurut Willard C. Bleyer berita adalah sesuatu yang terkini (baru) yang dipilih oleh wartawan untuk dimuat dalam surat kabar sehingga menarik minat bagi pembaca.

Menurut William S Maulsby berita adalah suatu penuturan secara benar dan tidak memihak dari fakta yang punya arti penting dan baru terjadi, yang dapat menarik perhatian pembaca surat kabar yang memuat hal tersebut. Sedangkan Eric C Hepwood mengemukakan bahwa berita adalah laporan pertama dari kejadian penting dan dapat menarik perhatian umum.

Berdasarkan definisi tersebut penulis menyimpulkan bahwa berita adalah laporan peristiwa yang didasarkan fakta dan menarik perhatian banyak orang. Suatu peristiwa atau pendapat baru akan menjadi berita bila dimuat, dipublikasikan atau disebarluaskan melalui media massa periodik dan juga untuk dapat dimuat pada media massa

periodik, peristiwa dan pendapat tersebut harus memiliki persyaratan khusus yaitu memiliki bobot atau nilai berita. Persyaratan agar peristiwa dan pendapat dapat diangkat menjadi berita atau dimuat di media massa periodik jika peristiwa dan pendapat tersebut memiliki bobot.

Di Indonesia persyaratan tersebut ditambah satu lagi yaitu aman bila disiarkan atau setelah berita tersebut disebar luaskan, tidak akan menimbulkan keresahan di masyarakat. Hal ini dikarenakan Pers di Indonesia memiliki juga tanggung jawab keamanan atau security responsibility. Pada saat ini mengalami perkembangan dan perkembangan ini disebabkan karena meningkatnya selera pembaca, mendengar dan pemirsa, di samping terjadinya perkembangan teknologi informasi pada akhir abad ke 20 ini (Romli dalam Sobirin 2017).

2. Perbedaan Informasi dan Berita

Dilansir dari Romeltea.com, Informasi (*information*) dan berita (*news*) terkait erat dengan komunikasi, jurnalistik, dan media. Berikut ini pengertian serta perbedaan informasi dan berita. pengertian jurnalistik menyebutkan, jurnalisme adalah kegiatan mengumpulkan, menilai, menciptakan, dan menyajikan berita dan informasi. (*Journalism is the activity of gathering, assessing, creating, and presenting news and information*). Pengertian jurnalistik dari American Press Institute itu menyebutkan "berita dan informasi" sebagai produk jurnalisme.

Perbedaan Informasi dan Berita, secara bahasa (Indonesia), pengertian informasi dan berita tampak sama. Berikut ini pengertian informasi dan berita menurut *Kamus*

Besar Bahasa Indonesia (KBBI) informasi artinya penerangan, pemberitahuan; kabar atau berita tentang sesuatu, keseluruhan makna yang menunjang amanat yang terlihat dalam bagian-bagian amanat itu sedangkan Berita artinya cerita atau keterangan mengenai kejadian atau peristiwa yang hangat; kabar, laporan, pemberitahuan; pengumuman.

Menurut Collins Dictionary perbedaan berita dan informasi yaitu berita merupakan peristiwa terkini di surat kabar atau di televisi atau radio sedangkan informasi: fakta yang Anda pelajari atau temukan sementara itu, menurut WikiDiff, berita adalah informasi baru yang menarik; laporan peristiwa terkini yang disiarkan melalui media seperti surat kabar atau televisi. Sedangkan informasi: hal-hal yang diketahui atau dapat diketahui tentang topik tertentu; pengetahuan yang dapat dikomunikasikan tentang sesuatu; tindakan menginformasikan atau memberikan pengetahuan; pemberitahuan.

Dalam jurnalistik, berita didefinisikan sebagai laporan tentang peristiwa, situasi, atau kondisi yang terjadi pada saat itu dan harus disampaikan secepatnya kepada masyarakat. Berita adalah informasi yang kebenarannya sudah divertifikasi dan dicek oleh wartawan. Informasi adalah pengetahuan yang didapatkan dari pembelajaran dan pengalaman. Sekumpulan fakta yang telah diolah menjadi bentuk data untuk diberitahukan kepada orang lain guna memberikan pengetahuan atau keterangan. Informasi itu belum tentu benar keberadaannya.

Dapat disimpulkan bahwa informasi adalah kabar, keterangan, atau pemberitahuan. Berita adalah informasi tentang sebuah peristiwa yang dipublikasikan di

media massa. Jadi, berita merupakan bagian dari informasi. Semua berita adalah informasi, tapi tidak semua informasi merupakan berita.

3. Jenis-jenis Informasi dan Berita

Ada bermacam-macam jenis informasi dilihat dari sudut pandang yang berbeda. Salah satunya melalui kegiatan yang dilakukan oleh manusia. Jenis informasi untuk kegiatan manusia menurut Soetaminah (1991) terdiri atas hal-hal berikut.

1. Informasi untuk kegiatan politik.

Informasi ini digunakan oleh para politikus dalam melakukan kegiatan politiknya. Misalnya, informasi yang didapat oleh anggota partai politik A mengenai akan adanya *reshuffle* kabinet. Kemudian, informasi ini digunakan oleh partai politiknya untuk menyusun strategi mendekati kepala negara agar mendapatkan kursi di kabinet. Akan tetapi, oleh partai politik B yang juga mendengar informasi itu, digunakan untuk melemahkan kinerja pemerintahan agar menggoyangkan kabinet yang sedang berjalan dan mereka berusaha menggulingkan pemerintahan.

2. Informasi untuk kegiatan pemerintahan.

Informasi ini digunakan para pejabat untuk menyusun rencana, membuat keputusan, dan kebijakan-kebijakan pemerintah. Misalnya, informasi dari para menteri kepada presiden tentang daerah yang terkena bencana alam. Informasi ini digunakan oleh presiden untuk menyusun strategi membuat kebijakan tentang penanggulangan bencana alam secara menyeluruh.

3. Informasi untuk kegiatan sosial.

Informasi ini digunakan oleh pemerintah untuk menyusun rencana-rencana, membuat keputusan dan kebijakan, serta menentukan program kerja, antara lain untuk program-program kerja kesehatan, pendidikan, atau di luar kegiatan utama dari departemen yang membawahnya.

4. Informasi untuk dunia usaha.

Informasi yang dibutuhkan untuk dunia usaha mencakup masalah-masalah: a) pemupukan modal usaha melalui pinjaman dari bank; b) investasi; c) lokasi pabrik; d) berbagai macam hal yang terkait dengan produksi, seperti jenis produksi, kualitas dan kuantitasnya, pemasaran hasil produksi, dan distribusi hasil produksi; e) hubungan perusahaan dengan pemerintahan; serta f) persaingan, alih teknologi, dan lain-lain.

5. Informasi untuk kegiatan militer.

Informasi ini diperlukan oleh pejabat militer agar selalu mengikuti informasi kemiliteran yang meliputi perubahan sistem persenjataan, perubahan sistem logistik, perubahan sistem administrasi, perencanaan strategi, dan pembinaan pasukan.

6. Informasi untuk penelitian.

Untuk melakukan penelitian, seorang peneliti perlu mengetahui berbagai macam penelitian yang pernah dilakukan oleh peneliti lain, termasuk hasilnya. Hal ini perlu dilakukan untuk menghindari duplikasi penelitian. Di samping itu, peneliti perlu mengetahui dari mana sumber-sumber informasi itu diperoleh, misalnya melalui jurnal-jurnal, baik tercetak maupun *online*.

7. Informasi untuk pengajar.

Pengajar, baik guru maupun dosen, membutuhkan informasi untuk menambah pengetahuan mereka. Untuk memperluas cakrawala pengetahuan, mereka dapat membacanya dari bukubuku, majalah, atau hasil-hasil penelitian, baik tercetak maupun elektronik.

8. Informasi untuk tenaga lapangan.

Tenaga lapangan, baik penyuluh pertanian maupun penyuluh kesehatan, adalah orang-orang yang bekerja memberikan informasi kepada masyarakat. Oleh karena itu, mereka butuh informasi yang praktis dan mudah, misalnya petunjuk bergambar untuk identifikasi hama padi atau petunjuk bergambar untuk membersihkan sarang nyamuk, cara memberantas sarang-sarang nyamuk, dan sebagainya. Petunjuk-petunjuk itu bisa mereka dapatkan dari buku-buku praktis.

9. Informasi untuk individu

Informasi yang dibutuhkan seseorang sesuai dengan statusnya dalam masyarakat, pendidikannya, dan kegiatannya. Sebagai contoh, seseorang yang membutuhkan informasi untuk membantu kegiatannya dalam dunia perdagangan, misalnya informasi tentang kurs dolar ke rupiah; orang yang ingin bepergian ke Arab Saudi, misalnya kurs real ke rupiah; atau informasi tentang keberangkatan pesawat terbang, kereta api, dan sebagainya. Adapun jenis berita secara umum dibagi menjadi empat yaitu :

1) *Straight News* atau Berita Langsung

Jenis berita yang biasanya ditulis secara to the point, lugas, dan ringkas serta berisi informasi tentang peristiwa terkini/terbaru (aktual), terhangat, dan juga menarik. Jenis berita inilah yang biasanya kita temui pada halaman depan dari koran ataupun surat

kabar yang ada di sekeliling kita. Berita *Straight News* terbagi menjadi dua macam, diantaranya berita keras (*hard news*) dan berita lunak (*soft news*). Berita keras atau *hard news* jua sering diartikan sebagai berita hangta yang mempunyai arti penting bagi banyak pembaca, pendengar, dan pemirsa karena biasanya kejadiannya berisi kejadian yang terkini yang baru saja terjadi atau akan terjadi. Contoh yang termasuk kedalam *hard news*: berita perang, politik, kriminalitas dan ekonomi negara. Berita lunak (*soft news*) biasanya kurang penting karena mneghibur, walu kadang juga memuat informasi penting. Didalamnya memuat berita memuat interest atau jenis *rubric feature*. Berita jenis ini lebih menarik bagi emosi ketimbangan akal pikiran. Contohnya, seni, hiburan, dan gaya hidup.

2) *Opinion News*

Berita pendapat atau opini yang berisikan laporan pandangan seseorang mengenai suatu hal, ide kreatif, pemikiran ataupun komentar terhadap sesuatu yang penting. Berita opini ini biasanya berasal atau bersumber dari para ahli, cendikiawan, profesor, atau pejabat mengenai suatu masalah atau peristiwa. Contoh dari *opinion news* misalnya adalah pendapat dari pengamat ekonomi mengenai turunnya harga rupiah di dunia.

3) Berita Interpretasi

Jenis berita yang merupakan perkembangan dari *Straight News*. Perkembangan disini maksudnya adalah dengan adanya penambahan informasi latar belakang, wawancara dengan berbagai sumber dan pengamat, serta menambah data-data terkait sehingga dapat menghasilkan berita baru yang lebih detail, dan lebih lengkap. Berita

Interpretative ini sangat membutuhkan wawasan yang luas dan juga ketajaman analisis dari sang wartawan.

4) *Depth News*

Berita Mendalam, maksudnya adalah berita yang dikembangkan dengan pendalaman hal-hal yang ada di bawah suatu permukaan. Unsur berita yang ditekankan adalah "Mengapa" atau "*Why*".

4. Nilai-nilai Informasi dan Berita

Nilai-nilai pada sebuah berita dan informasi dinilai sebagai nilai suatu kejadian dengan tujuan tertentu. Berita dan informasi mengandung pesan yang ingin disampaikan oleh wartawan kepada pembaca ataupun masyarakat sekitar. Nilai-nilai tersebut sebagai tolak ukur kelayakan suatu informasi berita. Nilai informasi berita juga bisa didapatkan dari insting wartawan tentang suatu peristiwa yang dianggap mampu menarik perhatian khalayak. Berikut adalah kriteria berita dan informasi :

a. Aktualitas

Nilai Aktualitas merupakan daya tarik yang paling tinggi. Khalayak selalu membutuhkan informasi ataupun berita teraktual untuk menuntaskan rasa penasaran ataupun rasa ingin tahu mereka.

b. Kedekatan

Kedekatan disini diartikan sebagai hubungan. Suatu informasi berita bisa dinilai tinggi dan mendapat perhatian khalayak jika memiliki ketertarikan dengan mereka. Tidak hanya hubungan berupa fisik, tetapi juga dapat berupa hubungan emosional.

c. Keterkenalan

Pemberitaan mengenai tokoh terkenal memang memiliki daya tarik juga tersendiri. Khalayak memiliki rasa penasaran tinggi tentang apa yang terjadi terhadap tokoh-tokoh terkenal.

d. Dampak

Semakin penting suatu informasi berita, maka akan semakin berdampak terhadap masyarakat luas. Misalnya informasi berita mengenai kenaikan harga sembako, tentunya dampak terhadap pemberitaan ini dirasakan oleh seluruh masyarakat.

e. *Human Interest*

Informasi Berita yang memiliki human interest atau dapat diartikan minat orang merupakan berita yang memuaskan dan rasa penasaran khalayak. Contohnya berita atau informasi yang mampu menarik rasa empati ataupun simpati khalayak (Diah, 2020).

Menurut Zorkoczy (dalam Idan, 2019), suatu informasi yang bermutu tinggi dapat membuat si penerima peka terhadap lingkungan sehingga mampu mengambil tindakan untuk mengatasi setiap perubahan situasi yang terjadi. Daya atau kemampuan yang dimiliki informasi ini tampak dalam kemampuannya membentuk gagasan, baik fisik maupun mental.

Dalam kelanjutannya, informasi yang bermutu rendah dapat menimbulkan kesalahpahaman atau penyimpangan makna sebagai akibat suatu gangguan terhadap sumber informasi atau proses transmisi. Informasi merupakan sarana baku untuk

menunjang dan meningkatkan kegiatan bidang ilmu pengetahuan, kebudayaan, dan teknologi

