

KOMUNIKA ISLAMIKA

Jurnal Ilmu Komunikasi dan Kajian Islam

Komunikasi Jurnalistik Massa, Study: Teknologi Komunikasi Jurnalistik Media Online

Iklim Komunikasi Organisasi Dalam Perspektif Islam

Etnisitas Dalam Komunikasi Budaya

Pemberitaan Klaim Malaysia Atas Tortor dan Gordang Sambilan Di Harian Waspada Dalam Kajian Analisis Wacana Kritis

Komunikasi Penyuluhan Administrasi Kependudukan Terhadap Pemahaman UU No. 24 Tahun 2013 Dan Tingkat Partisipasi Masyarakat Kecamatan Binjai Utara Kota Binjai

Efektivitas Komunikasi Penyuluhan BP3TKI Dalam Program Sosialisasi Penempatan Tenaga Kerja Luar Negeri Terhadap Sikap Calon TKI

Tabayyun Dalam Jurnalistik

Islam Radikal Perspektif Historis-Epistemologis

Islam, Budaya dan Pornografi: Suatu Tinjauan Komparatif

Karakter Alquran



Diterbitkan Oleh
Jurusan Komunikasi dan Penyiaran Islam
Fakultas Dakwah dan Komunikasi
UIN Sumatera Utara

DAFTAR ISI

Komunikasi Jurnalistik Massa, Study: Teknologi Komunikasi Jurnalistik Media Online M. Yoserizal Saragih	1
Iklm Komunikasi Organisasi Dalam Perspektif Islam Elfi Yanti Ritonga	11
Etnisitas Dalam Komunikasi Budaya Abdul Karim Batubara	31
Pemberitaan Klaim Malaysia Atas Tortor dan Gordang Sambilan Di Harian Waspada Dalam Kajian Analisis Wacana Kritis Fakhrur Rozi	46
Komunikasi Penyuluhan Administrasi Kependudukan Terhadap Pemahaman UU No. 24 Tahun 2013 Dan Tingkat Partisipasi Masyarakat Kecamatan Binjai Utara Kota Binjai Astried Wulan Sary	59
Efektivitas Komunikasi Penyuluhan BP3TKI Dalam Program Sosialisasi Penempatan Tenaga Kerja Luar Negeri Terhadap Sikap Calon TKI Hermansyah	71
<i>Tabayyun</i> Dalam Jurnalistik Erwan Efendi	85
Islam Radikal Perspektif Historis-Epistimologis M. Ya'kub	106
Islam, Budaya dan Pornografi: Suatu Tinjauan Komparatif Hasrat Efendy	117

Karakter Alquran

Irwansyah 129

KOMUNIKASI JURNALISTIK MASSA

Study : Teknologi Komunikasi Jurnalistik Media Online

M. Yoserizal Saragih

Fakultas Dakwah dan Komunikasi UIN-SU
Jl. Williem Iskandar Pasar V Medan Estate 20371

Abstrak: Komunikasi jurnalistik massa dapat diartikan sebagai jenis komunikasi yang ditujukan kepada sejumlah khalayak yang tersebar, heterogen dan anonim melalui media cetak atau media elektronik. Sehingga pesan yang sama dapat diterima secara serentak dan sesaat. Sedangkan media jurnalistik online adalah sebutan umum untuk sebuah bentuk jurnalistik media yang berbasis telekomunikasi dan multimedia (baca-komputer dan internet). Di dalamnya terdapat portal, website (situs web), radio-online, TV-online, pers online, mail-online, dll, dengan karakteristik masing-masing sesuai dengan fasilitas yang memungkinkan untuk memanfaatkannya. Diantara kelebihanannya adalah kecepatan informasi, adanya pembaruan informasi, interaktifitas, personalisasi, kapasitas muatan dapat diperbesar serta, terhubung dengan sumber lain.

Kata Kunci: Komunikasi, Jurnalistik, Media Online

Pendahuluan

Banyak definisi tentang komunikasi jurnalistik massa yang telah dikemukakan para ahli komunikasi. Banyak ragam dan titik tekan yang dikemukakannya. Tapi dari sekian banyak definisi yang dikemukakan dapatlah ditarik benang merah kesamaan definisi satu sama lainnya. Pada dasarnya komunikasi jurnalistik massa (*mass journalistic communication*) dapat diartikan komunikasi yang menggunakan media jurnalistik massa, baik cetak (surat kabar, majalah) atau elektronik (radio, televisi) yang dikelola oleh suatu lembaga atau orang yang dilembagakan yang ditujukan kepada sejumlah besar orang yang tersebar dibanyak tempat, anonim dan heterogen Mondry.¹

Komunikasi jurnalistik massa memiliki ciri khusus, yaitu berlangsung searah, komunikator melembaga, pesan bersifat umum, menimbulkan keserempakan dan komunikasi heterogen Effendi.² Komunikasi jurnalistik massa (*mass journalistic communication*) ialah komunikasi massa modern, yang meliputi surat kabar yang mempunyai sirkulasi yang luas. Siaran radio dan televisi ditunjukkan kepada umum, sedangkan film yang dipertunjukkan di gedung bioskop.³

¹Mondry. *Pemahaman Teori dan Praktek Jurnalistik* (Bogor:Galia Indonesia, 2008), h.75

²Onong UcjanaEffendy. *Ilmu Komunikasi Teori dan Praktek* (Bandung: Remaja Rosdakarya, 1984), .h.14-15

³*ibid* h.79

Walaupun media jurnalistik massa menimbulkan efek, namun media jurnalistik massa juga merupakan kebutuhan bagi khalayak. Menurut Katz, Gurevich dan Hass⁴, tipologi kebutuhan manusia yang berkaitan dengan media diklasifikasikan sebagai berikut:

1. Kebutuhan Kognitif
Kebutuhan ini untuk memperkuat informasi, pengetahuan, keinginan, mengerti, menguasai tentang lingkungan serta keingintahuan dan penjelajahan pada kita.
2. Kebutuhan Afektif
Kebutuhan ini untuk memperkuat pengalaman yang bersifat keindahan, kesenangan dan emosional. Mencari kesenangan dan hiburan merupakan motivasi yang pada umumnya dapat dipenuhi oleh media.
3. Kebutuhan Integratif Personal
Kebutuhan ini untuk memperkuat kepercayaan, kesetiaan dan status pribadi.
4. Kebutuhan Sosial
Kebutuhan ini untuk memperkuat kontak dengan keluarga, teman-teman dan dengan alam sekelilingnya.
5. Kebutuhan akan pelarian ini berkaitan dengan hasrat melarikan diri dari kenyataan, melepaskan ketegangan dan kebutuhan akan hiburan.

Jelas bahwa komunikasi melalui media jurnalistik massa sifatnya satu arah (*one way traffic*). Begitu pesan disebarkan oleh komunikator, tidak diketahuinya apakah pesan itu diterima, dimengerti atau dilakukan oleh komunikan. Komunikasi jurnalistik massa ada dua jenis yaitu:

1. Komunikasi media jurnalistik tradisional yang meliputi teater rakyat, juru dongeng, juru pantun, juru penerangan, wayang kulit/orang, ketoprak.
2. Komunikasi media jurnalistik massa modern yang meliputi media cetak dan media elektronik. (radio, TV dan film).⁵

Dari beberapa definisi di atas, komunikasi jurnalistik massa dapat diartikan sebagai jenis komunikasi yang ditujukan kepada sejumlah khalayak yang tersebar, heterogen dan anonim melalui media cetak atau media eletronik. Sehingga pesan yang sama dapat diterima secara serentak dan sesaat. Perkataan dalam defenisi menekankan pengertian bahwa jumlah sebenarnya penerima komunikasi massa pada saat itu tidaklah essensial.

Menurut Michael W. Gable dan Teri Kwat dalam Nurudin⁶ sesuatu bisa didefenisikan sebagai komunikasi massa jika mencakup:

⁴Jalaluddin Rakhmat. *Metode Penelitian Komunikasi* (Bandung: Remaja Rosdakarya, 2002), h.216

⁵Prajarto, Nunung. *Komunikasi, Negara dan Masyarakat* (Yogyakarta: Fisipol UGM, 2004), h.29

⁶Nurudin. *Bimbingan Belajar Internet* (Surabaya: Indah, 2003), h.7-8

- a) Komunikator dalam komunikasi jurnalistik massa mengandalkan peralatan modern untuk menyebarkan atau memancarkan pesan secara cepat kepada khalayak yang luas dan tersebar, melalui media modern antara lain surat kabar, televisi dan sebagainya.
- b) Komunikator dalam komunikasi jurnalistik massa dalam menyebarkan pesan-pesannya bermakna mencoba berbagi pengertian dengan jutaan orang yang tidak saling kenal atau mengetahui satu sama lain. *Anonimitas audience* dalam komunikasi massa inilah yang membedakan pula dengan jenis komunikasi yang lain.
- c) Pesan adalah publik. Artinya bahwa pesan ini bisa didapatkan dan diterima oleh banyak orang, karena itu diartikan milik publik.
- d) Sebagai sumber, komunikator jurnalistik massa biasanya organisasi formal seperti jaringan, ikatan atau perkumpulan. Dengan kata lain, komunikatornya tidak berasal dari seseorang tetapi lembaga. Lembaga ini pun biasanya berorientasi pada keuntungan bukan organisasi sukarela atau nirlaba.
- e) Komunikasi jurnalistik massa di kontrol oleh *gatekeeper* (pentapis informasi). Artinya pesan-pesan yang disebarkan atau dipancarkan dikontrol oleh sejumlah individu dalam lembaga tersebut sebelum disiarkan lewat media massa. Ini berbeda dengan komunikasi antar pribadi, kelompok atau publik, dimana yang mengontrol tidak oleh sejumlah individu. Beberapa individu dalam komunikasi jurnalistik massa itu berperan dalam membatasi, memperluas pesan yang disiarkan. Contohnya adalah seorang reporter, editor film, penjaga rubrik dan lembaga sensor lain dalam media itu bisa berfungsi sebagai *gatekeeper*.
- f) Umpan balik dalam komunikasi jurnalistik massa sifatnya tertunda kalau dalam jenis komunikasi lain, umpan balik bisa bersifat langsung. Misalnya dalam komunikasi antarpersonal. Dalam komunikasi ini umpan balik tidak langsung dilakukan alias tertunda (*delayed*).

Ada beberapa pendapat yang dikemukakan untuk mengupas fungsi-fungsi komunikasi jurnalistik massa. Sama dengan definisi komunikasi jurnalistik massa, fungsi komunikasi jurnalistik massa juga mempunyai latar belakang dan tujuan yang berbeda satu sama lain. Dari beberapa fungsi komunikasi jurnalistik massa menurut Balach Frederick, C. Whitney, John Vivian, Harold D, Laswel dan Aletis S. Tan dalam Nurdin⁷, menyimpulkan ada delapan fungsi komunikasi jurnalistik massa diantaranya:

1. Informasi
2. Hiburan
3. Persuasi
4. Transmisi Budaya

⁷*Ibid*, hal 64-86

5. Mendorong Kohesi Sosial
6. Pengawasan
7. Kolerasi
8. Pewarisan Sosial

Adapun ciri-ciri komunikasi jurnalistik massa yaitu:

1) Pengendalian Arus Informasi

Berarti mengatur jalannya pembicaraan yang disampaikan dan yang diterima. Menurut Cassata dan Asante⁸, bila arus komunikasi hanya dikendalikan oleh komunikator situasi dapat menunjang arus informasi dan situasi komunikasi akan mendorong belajar yang efektif. Jadi dalam sistem komunikasi jurnalistik massa, komunikator sukar menyesuaikan pesannya dengan reaksi komunikan.

2) Umpan Balik

Menurut Fisher⁹ dalam komunikasi, umpan balik dapat diartikan sebagai respon, pesan, peneguh dan *servomekanisme* internal. Sebagai respon, umpan balik adalah pesan yang dikirim kembali dari penerima ke sumber, memberi tahu sumber untuk menentukan perilaku selanjutnya. Umpan balik dapat juga lewat satu saluran saja lewat berbagai saluran.

3) Stimuli Alat Indera

Dalam komunikasi jurnalistik massa, stimuli alat indera bergantung pada jenis media. Pada surat kabar dan majalah, pembaca hanya melihat. Pada radio dan rekaman auditif, khalayak mendengar dan melihat. Hal ini menunjukkan pengaruh yang berbeda-beda dari media massa karena perbedaan stimuli alat indera.

4) Proporsi Unsur dengan Isi Hubungan

Pada komunikasi jurnalistik massa, unsur isi merupakan unsur yang paling penting. Berita disusun berdasarkan sistem tertentu dan ditulis dengan menggunakan tanda-tanda baca dan pembagian paragraf yang tertib.

Teknologi Komunikasi Jurnalistik Online

Kata teknologi berasal dari asal kata latin *texere* yang berarti *to weave* (menenun) atau *to construct* atau membangun. Kata teknologi tidak hanya terbatas kepada pengguna mesin-mesin, meskipun dalam pengertian sempit sering digunakan keterkaitan teknologi dan mesin dalam bahasa sehari-hari.

⁸Jalaluddin Rakhmat. *Metode Penelitian Komunikasi* (Bandung. Remaja Rosdakarya, 2002)

⁹*Ibid*, h. 216

Teknologi komunikasi jurnalistik adalah peralatan perangkat keras dalam sebuah struktur organisasi yang mengandung nilai-nilai sosial, yang memungkinkan setiap individu mengumpulkan, memproses dan saling tukar informasi dengan individu-individu lain.¹⁰ Teknologi komunikasi jurnalistik adalah peralatan yang berbentuk piranti keras, struktur organisasi dan nilai-nilai sosial yang dapat dimanfaatkan oleh individu.

Internet merupakan aktivitas mereka sehari-hari. Situs juga menjadi sumber informasi, hiburan dan informasi untuk perjalanan wisata. Pengguna internet bergantung pada situs untuk memperoleh berita. Dua sampai tiga pengguna internet mengakses situs untuk mendapatkan berita terbaru setiap minggunya bahkan detiknyanya.

Teori Jurnalistik Media Online

Media jurnalistik online adalah sebutan umum untuk sebuah bentuk jurnalistik media yang berbasis telekomunikasi dan multimedia (baca-komputer dan internet). Di dalamnya terdapat portal, *website* (situs web), radio-online, *TV-online*, *pers online*, *mail-online*, dll, dengan karakteristik masing-masing sesuai dengan fasilitas yang memungkinkan untuk memanfaatkannya.

Salah satu desain media jurnalistik *online* yang paling umum diaplikasikan dalam praktik jurnalistik modern dewasa ini adalah berupa situs berita. Situs berita atau portal informasi sesuai dengan namanya merupakan pintu gerbang informasi yang memungkinkan mengakses informasi memperoleh aneka fitur fasilitas teknologi *online* dan berita di dalamnya. *Content*-nya merupakan perpaduan layanan interaktif, yang terkait informasi secara langsung, misalnya tanggapan langsung, pencarian artikel, forum diskusi, dll; dan atau yang tidak berhubungan sama sekali dengannya, misalnya games, chat, kuis, dll. Lebih lanjut tentang media *online* berupa portal informasi ini, Iswara¹¹ menjelaskan karakteristik umum yang dimiliki media jenis ini, yaitu:

a. Kecepatan (aktualitas) informasi

Yakni peristiwa di lapangan langsung di upload ke situs web media online ini.

b. Adanya pembaruan (updating) informasi

Ialah informasi terus menerus, karena adanya pembaruan (updating) informasi

c. Interaktifitas

Salah satu keunggulan media *online* ini yang paling membedakan dirinya dengan media lain adalah fungsi interaktif. Media jurnalistik *online* bersifat dua arah dan *egaliter*. Berbagai features yang ada seperti *chatroom*, *e-mail*, *online polling/survey*, games merupakan contoh *interactive options* yang terdapat di media *online*.

¹⁰Rogers. *Jurnalistik Indonesia Menulis Berita dan Feature* (Bandung: Simbiosis Rekatama Media, 1986). h.77

¹¹Iswara. *Media Relation Konsep Pendekatan dan Praktek* (Bandung: Remaja Rosdakarya, 2001), h.9

d. Personalisasi

Media jurnalistik online memberikan peluang kepada setiap pembaca hanya mengambil informasi yang relevan bagi dirinya, dan menghapus informasi yang tidak ia butuhkan.

e. Kapasitas muatan dapat diperbesar

Informasi yang termuat bisa dikatakan tanpa batas karena didukung media penyimpanan data yang ada di server komputer dan sistem global. Informasi yang pernah disediakan tetap tersimpan dan dapat ditambah kapan saja serta pembaca dapat mencarinya dengan mesin pencari (*search engine*).

f. Terhubung dengan sumber lain (*hyperlink*)

Setiap data dan informasi yang disajikan dapat dihubungkan dengan sumber lain yang juga berkaitan dengan informasi tersebut, atau disambungkan ke bank data dan yang dimiliki media tersebut atau dari sumber sumber luar.

Selanjutnya, karakter *hyperlink* ini juga membuat para pengakses bisa berhubungan dengan pengakses lainnya ketika masuk ke sebuah situs media jurnalistik *online* dan media menggunakan fasilitas yang sama dalam *chatroom*, lewat *e-mail* atau *games*.¹²

Media jurnalistik online adalah media yang menggunakan internet. Para ahli memisahkan bahwa media jurnalistik online memisahkan dengan media elektronik. Alasannya media jurnalistik *online* menggunakan gabungan proses media cetak dengan menulis informasi yang disalurkan melalui sarana elektronik, tetapi juga berhubungan dengan komunikasi personal yang terkesan perseorangan.¹³

Kelebihan dan Kelemahan Media Jurnalistik Online

1. Kelebihan

Media *online* memiliki kelebihan, informasinya lebih personal yang dapat diakses siapa saja, kapan saja dan dimana saja tentu dengan syarat ada sarannya, berupa perangkat komputer dan jaringan internetnya. Kelebihan lain, informasi yang disebarakan dapat di *update* setiap saat, bila perlu setiap detik. Lebih dari itu, media *online* juga dilengkapi fasilitas pencarian dan persiapan berita.

2. Kelemahan

Kelemahan media online terletak pada peralatan dan kemampuan penggunaannya. Media jurnalistik *online* harus menggunakan perangkat komputer dan jaringan internet yang hingga saat ini biayanya cukup mahal di negeri kita ini. Saat ini belum seluruhnya

¹²arya-neo.blogspot.com. Diakses tanggal 10 Oktober 2012.

¹³Mondry. *Pemahaman Teory dan Praktek Jurnalistik* (Bogor : Galia Indonesia, 2008) .h. 13

wilayah Indonesia memiliki jaringan internet, di samping diperlukan keahlian tertentu guna memanfaatkannya dan mungkin juga belum banyak orang menguasainya.¹⁴

Kajian Teori Jurnalistik dan Jurnalistik Online

a. Jurnalistik dan Jurnalistik Online

Masduki mengartikan jurnalistik sebagai kegiatan dalam mencari dan mengolahnya menjadi sebuah berita. Jadi jurnalistik adalah segala hal yang menyangkut proses perencanaan, memproduksi, dan melaporkan sebuah fakta berita. Sedangkan Asep Syamsul M. Romli dalam bukunya *Broadcaster Journalism*, mengartikan jurnalistik adalah kewartawanan atau kepenulisan. Kata dasarnya jurnal yang berarti laporan atau catatan yang berasal dari bahasa Yunani Kuno *de jour* yang berarti hari, yakni kejadian hari ini yang diberitakan dalam lembaran tercetak.

Secara konseptual, jurnalistik dapat dipahami dari tiga sudut pandang, yakni sebagai proses, teknik dan ilmu. Sebagai proses, jurnalistik adalah aktivitas mencapai mengolah, menulis, dan menyebarkan informasi kepada publik melalui media jurnalistik massa. Sebagai teknik, jurnalistik adalah keahlian (*expertise*) atau keterampilan (*skill*) menulis karya jurnalistik termasuk keahlian dalam pengumpulan bahan penulisan seperti peliputan peristiwa (*reportase*) dan wawancara. Sebagai ilmu, jurnalistik adalah bidang kajian mengenai pembuatan dan penyebaran informasi (peristiwa, opini, pemikiran) melalui media jurnalistik massa.¹⁵

Adapun menurut Pavlink, bahwa *Jurnalisme online* sebagai *contextualized journalism* dikarenakan kemampuannya dalam menggabungkan kemampuan multimedia digital, interaksi *online* dan tata rupa fiturya.¹⁶ Sementara untuk ciri-ciri dari jurnalisme *online* menurut James C Foust dalam bukunya *Online Journalism* adalah:

1. Sifatnya yang *real time*
2. Lebih leluasa tanpa jadwal penerbitan atau siaran
3. Menyertakan unsur-unsur multimedia
4. Bersifat interaktif
5. Tidak membutuhkan organisasi resmi berikut legal formalnya sebagai lembaga pers
6. Tidak membutuhkan penyunting atau redaktur seperti yang dimiliki surat kabar konvensional.
7. Tidak ada biaya berlangganan
8. Relatif lebih terdokumentasi karena tersimpan dalam jaringan digital.

¹⁴*Ibid*, h.22-25

¹⁵M. Romli, Asep Syamsul. *Broadcaster Journalism* (Bandung: Remaja Rosdakarya, 2004), h.17-18

¹⁶Septiawan Santana. *Pengantar Ilmu Komunikasi dan Pengantar Peran Manajemen Dalam Komunikasi* (Yogyakarta: CAPS, 2005), h.67

Berita Jurnalistik Online

Selama ini radio mengklaim bisa menjadi media yang tercepat dalam menyajikan berita. *Statement* ini memang didukung dengan proses produksi radio yang jauh lebih simple dibandingkan dengan berita media yang lainnya. Hanya dengan bermodalkan alat rekam dan telpon genggam, seorang reporter radio bisa menginformasikan sesegera mungkin sesaat setelah sebuah peristiwa terjadi. Penyiarannya pun bisa dilakukan kapan saja, dengan hanya mempertimbangkan tingkat *urgency* dan kepentingan dari laporan tersebut.

Namun belakangan ini, klaim sebagai media penyaji berita tercepat perlu dipertanyakan. Televisi, juga sudah melakukan hal yang serupa. Untuk berita-berita yang membutuhkan kecepatan, meski belum mendapatkan visualisasi televisi bisa menayangkan suara reporternya dilengkapi dengan tampilan foto sang reporter. Televisi juga sudah mulai berani memotong acaranya kapanpun jika ada informasi penting.

Selain televisi, yang lebih mendekati dengan proses dan kecepatan berita radio adalah media *online*. *Website* pemberitaan memiliki proses produksi yang tidak berbeda jauh dengan radio. Kapanpun, berita di *website* bisa diperbaiki, dilengkapi dan diperbaharui. Selain itu *website* berita memiliki kelebihan yang tidak dimiliki radio yaitu bisa dibaca berulang-ulang dan kapanpun oleh pembacanya. Dari pada adu cepat menyajikan berita, lebih baik radio merangkul internet. Berita yang disiarkan, bisa sekaligus dimanfaatkan untuk mengisi *website* radio. Apalagi secara teori, menulis berita untuk media *online* tidak terlalu berbeda dengan menulis berita untuk radio, sehingga sekali proses produksi bisa mempersiapkan naskah untuk dua media sekaligus, yaitu internet dan radio.

Penulisan dan penayangan berita *online* hampir sama dengan penulisan dalam media cetak, khususnya surat kabar. Namun, perbedaannya dalam pola pemuatannya, dimana medianya adalah internet. Umumnya ketika berita *online* terbuka, awalnya hanya muncul judul dan *lead* atau intro berita. Bila ingin tahu lebih jauh, pembaca atau pemirsa internet harus membuka (*meng-klik*) halaman atau lirik lanjutan.¹⁷

Menulis Berita Jurnalistik Online

Adapun cara penulisan berita jurnalistik *online*, haruslah memperhatikan:

1. *Keep it short*

Seperti halnya berita radio, berita di media *online* tidak perlu dibuat berpanjang lebar. Idealnya, panjang berita bisa dibuat antara 150 sampai 500 kata. Bahkan untuk berita terkini (*updating news*) cukup dibuat sekitar 50 kata. Alasan pertama adalah untuk mengantisipasi kebiasaan peselancar dunia maya yang cenderung tidak tahan berlama-lama membaca naskah berita di layar komputer. Alasan kedua adalah untuk mengantisipasi kecenderungan

¹⁷Mondry. *Pemahaman Teory*, h.146

pembaca internet yang lebih suka melakukan pencarian menggunakan kata-kata tertentu, sehingga semakin ringkas suatu berita isinya akan semakin mudah diserap oleh pembaca.

2. *Keep it simple*

Pembaca berita *online* juga cenderung mudah berpindah-pindah halaman. Mereka memerlukan informasi yang bisa dipahami dalam waktu singkat. Begitu pembaca merasa sulit memahami tulisan, mereka akan segera pergi untuk mencari informasi serupa dari situs yang lain. Untuk itu dalam pembuatan berita *online* diperlukan penggunaan kata-kata yang sederhana, tidak berbelit-belit dan mudah dipahami. Selain itu, perlu juga dihindari pengulangan kata. Hilangkan penggunaan kata-kata yang tidak perlu.

3. *Easy to Update*

Internet memiliki keunikan yang mirip dengan radio, yaitu bisa membuat *update* berita kapanpun dan dalam waktu cepat. Dengan demikian, sebuah berita di media *online* bisa saja dibuat berkesinambungan, selangkah demi selangkah meskipun belum lengkap 5W + 1H-nya. Yang perlu diperhatikan adalah, berita terbaru diharapkan bisa melengkapi berita sebelumnya.

Penutup

Komunikasi jurnalistik massa (*mass journalistic communication*) ialah komunikasi massa modern, yang meliputi surat kabar yang mempunyai sirkulasi yang luas, siaran radio dan televisi serta internet juga media online yang ditunjukkan kepada umum, dan film yang dipertunjukkan di gedung bioskop.

Teknologi komunikasi jurnalistik adalah peralatan perangkat keras dalam sebuah struktur organisasi yang mengandung nilai-nilai sosial, yang memungkinkan setiap individu mengumpulkan, memproses dan saling tukar informasi dengan individu-individu lain. Media jurnalistik *online* adalah sebutan umum untuk sebuah bentuk jurnalistik media yang berbasis telekomunikasi dan multimedia (baca-komputer dan internet). Didalamnya terdapat portal, *website* (situs web), *radio-online*, *TV-online*, *pers online*, *mail-online*, dll, dengan karakteristik masing-masing sesuai dengan fasilitas yang memungkinkan untuk memanfaatkannya. Jurnalisme *online* sebagai *contextualized journalism*, dikarenakan kemampuannya dalam menggabungkan kemampuan *multimedia digital*, interaksi *online* dan tata rupa fiturnya.

Pustaka Acuan

- Asep Syamsul, M.Romli. *Broadcaster Journalism*. Bandung. Remaja Rosdakarya, 2004.
Effendy, Onong Ucjana. *Ilmu Komunikasi Teori dan Praktek*. Bandung. Remaja Rosdakarya, 1984.

- Iswara. *Media Relation Konsep Pendekatan dan Praktek*. Bandung .Remaja Rosdakarya, 2001.
- Masduki. *Metode Penelitian Komunikasi Temporer*. Bandung. Rekatama, 2001.
- Mondry. *Pemahaman Teory dan Praktek Jurnalistik*. Bogor. Galia Indonesia, 2008.
- Nurudin. *Bimbingan Belajar Internet*, Surabaya. Indah, 2003.
- Rakhmat, Jalaluddin. *Metode Penelitian Komunikasi*. Bandung. Remaja Rosdakarya, 2002.
- Prajarto, Nunung. *Komunikasi, Negara dan Masyarakat*. Yogyakarta .Fisifol UGM, 2004.
- Rogers. *Jurnalistik Indonesia Menulis Berita dan Feuture*. Bandung .Simbiosa Rekatama Media, 1986.
- Septiawan Santana. *Pengantar Ilmu Komunikasi dan Pengantar Peran Manajemen Dalam Komunikasi*. Yogyakarta. CAPS, 2005.
- Arya-neo. blogspot.com/2012/10/17;14:05