

BAB II

TINJAUAN PUSTAKA

2.1. Penelitian Terdahulu

Tabel 2. 1 Penelitian Terdahulu

No	Judul, Penulis, Tahun	Afiliasi Universitas	Metode Penelitian	Kesimpulan	Saran	Perbedaan dengan penelitian ini
1	<i>Strategi Pemberitaan Media Online Indonesia dalam Kasus Demonstrasi RUU HIP (Analisis Wacana Kritis Theo van Leeuwen)</i> (McLean HY, 2022)	Universitas Indonesia	Kualitatif dengan pendekatan Analisis Wacana Kritis (AWK) The ovan Leeuwen	Penelitian ini menyimpulkan bahwa media online seperti Detik.com, Kompas.com, CNNIndonesia.com, dan Tempo.com menggunakan strategi wacana berupa inklusi dan eksklusif dalam mengonstruksi realitas demonstrasi RUU HIP. Media memiliki kecenderungan memilih aktor mana yang ditonjolkan atau disamarkan berdasarkan kepentingan tertentu.	Penelitian ini menyarankan agar jurnalis dan redaksi media lebih transparan dan objektif dalam menyusun narasi pemberitaan, agar publik tidak hanya menerima representasi sepihak dalam isu politik yang sensitif.	Penelitian ini menggunakan pendekatan analisis wacana kritis dan lebih fokus pada strategi bahasa dalam pemberitaan, sedangkan penelitian ini menggunakan analisis isi kualitatif untuk melihat unsur pengemasan berita yang membentuk citra peristiwa aksi “Indonesia Gelap.”
2	Kredibilitas Pemberitaan pada	Universitas Islam Negeri	Kuantitatif dengan metode	Penelitian ini menemukan bahwa	Disarankan agar media online	Penelitian ini lebih menitikberatkan

Portal Online Kompas.com dan VIVANews.com (Analisis Isi Aksi Demonstrasi Mahasiswa pada September 2019) (Safitri, Wilda; Aminah, Ratih Siti; dan Muslim, Muslim, 2019)	Syarif Hidayatullah Jakarta	Analisis Isi	pemberitaan aksi demonstrasi mahasiswa pada dua portal berita online menunjukkan perbedaan dalam aspek kredibilitas Kompas.com dinilai lebih konsisten dalam menyajikan berita yang akurat dan relevan dibandingkan VIVANews.com. Aspek kesesuaian antara judul, lead, dan isi berita menjadi indikator penting dalam menilai kredibilitas tersebut.	meningkatkan konsistensi antara judul dan isi berita agar tidak menimbulkan misinterpretasi di kalangan pembaca.	kan pada kredibilitas dan keakuratan isi berita, sedangkan penelitian ini lebih fokus pada pengemasan berita sebagai konstruksi realitas sosial yang mempengaruhi citra sebuah peristiwa, bukan semata-mata pada aspek akurasi.
--	-----------------------------	--------------	--	--	---

3	Analisis Framing Pemberitaan Tribun-Timur.com tentang Demonstrasi Mahasiswa Universitas Muhammadiyah Makassar Muhtadiah, Dian dan Dewanty, Natasyah (2023)	Universitas Hasanuddin	Kualitatif dengan pendekatan Analisis Framing Model Pan dan Kosicki	Hasil penelitian menunjukkan bahwa Tribun-Timur.com membingkai pemberitaan demonstrasi mahasiswa secara negatif, dengan fokus pada efek Gangguan terhadap masyarakat seperti kemacetan akibat pemblokiran jalan. Struktur framing dibangun melalui pengulangan elemen-elemen teks yang menonjolkan sisi konflik.	Penelitian ini menyarankan agar media menjaga keberimbangan dalam menyampaikan berita aksi agar tidak hanya berfokus pada efek negatif aksi tetapi juga pada tuntutan mahasiswa.	Perbedaan utama terletak pada pendekatan teoritis. Penelitian ini menggunakan analisis framing untuk melihat struktur berita, Sementara penelitian ini menggunakan analisis isi kualitatif untuk menyoroti elemen pengemasan berita (jenis berita, narasumber, nada, nilai berita) yang berkontribusi dalam membentuk persepsi publik atas aksi "Indonesia Gelap."
---	--	------------------------	---	--	--	--

Sumber: *Olahan Data Peneliti*

Referensi pada penelitian ini mencakup studi terdahulu yang relevan sebagai acuan dan panduan dalam memahami pengemasan berita di media online nasional.

Berdasarkan ketiga penelitian terdahulu yang telah dikaji, dapat disimpulkan bahwa masing-masing penelitian memiliki fokus dan pendekatan metodologis yang berbeda dalam mengkaji pemberitaan media online terkait aksi demonstrasi. Penelitian Mclean (2022) menyoroti strategi wacana dalam pemberitaan melalui analisis kritis, sementara Safitri et al. (2019) lebih berfokus pada aspek kredibilitas dan keakuratan isi berita. Adapun penelitian Muhtadiah dan Dewanty (2023) menggunakan pendekatan framing untuk melihat bagaimana

struktur teks membentuk cara pandang tertentu terhadap aksi mahasiswa. Perbedaan-perbedaan tersebut menunjukkan bahwa studi mengenai pemberitaan aksi demonstrasi di media online masih memiliki ruang yang luas untuk dieksplorasi lebih lanjut. Penelitian ini hadir untuk mengisi celah tersebut dengan menitikberatkan pada analisis isi kualitatif terhadap unsur pengemasan berita, seperti jenis berita, nada pemberitaan, narasumber, dan nilai berita, dalam membangun konstruksi realitas sosial atas peristiwa aksi “Indonesia Gelap.” Dengan demikian, penelitian ini diharapkan dapat memperkaya kajian komunikasi politik dan jurnalisme digital, khususnya dalam konteks media daring nasional di Indonesia.

Dengan adanya referensi dari penelitian-penelitian terdahulu ini, penelitian ini dapat mengembangkan kajian yang lebih dalam mengenai strategi pengemasan berita di media online nasional, khususnya dalam menyoroiti isu "Indonesia Gelap" di Detik.com dan Kompas.com pada periode Februari 2025.

2.2. Teori dan Konsep

2.2.1. Media Daring

Media daring merupakan perkembangan dari media massa tradisional yang menggunakan jaringan internet sebagai sarana utama dalam penyebaran informasi kepada publik. Keberadaan media daring memungkinkan informasi disampaikan secara real-time dan dapat diakses secara luas, tanpa batasan waktu maupun geografis (Ibrahim, 2020). Media ini tidak hanya berfungsi sebagai penyambung informasi, tetapi juga sebagai ruang interaksi dan partisipasi aktif dari masyarakat. Dalam konteks komunikasi digital, media daring menjadi alat penting dalam membentuk wacana publik, menyebarluaskan berita, serta membangun persepsi sosial terhadap suatu isu (Wahyuni & Darmawan, 2021).

Media daring memiliki sejumlah karakteristik utama yang membedakannya dari media konvensional. Karakteristik-karakteristik ini berperan penting dalam cara media daring menyampaikan pesan kepada audiens, serta bagaimana audiens merespons dan berpartisipasi dalam proses komunikasi tersebut (Sanjaya, 2021). Berikut adalah beberapa karakteristik utama dari media daring:

1. Komunikasi Dua Arah

Media daring memungkinkan terjadinya komunikasi interaktif antara pengirim pesan dan audiens. Hal ini ditunjukkan melalui fitur komentar, reaksi, atau pesan langsung yang memungkinkan pengguna merespons secara langsung terhadap konten yang disampaikan (Sanjaya, 2021).

2. Aksesibilitas Tinggi

Informasi yang disebarakan melalui media daring dapat diakses kapan saja dan di mana saja, selama terdapat koneksi internet. Keunggulan ini menjadikan media daring sebagai sarana utama dalam penyebaran informasi yang cepat dan luas (Ibrahim, 2020).

3. Multimodalitas

Media daring mampu menggabungkan berbagai format media—teks, gambar, audio, video—dalam satu platform, sehingga pesan yang disampaikan menjadi lebih menarik dan mudah dipahami oleh audiens digital (Hidayat, 2022).

4. Segmentasi dan Personalisasi Konten

Melalui teknologi algoritma, media daring mampu menyajikan konten yang sesuai dengan preferensi masing-masing pengguna. Hal ini membuat pengalaman konsumsi informasi menjadi lebih personal, namun juga menimbulkan risiko seperti bias informasi atau echo chamber (Wahyuni & Darmawan, 2021).

Media daring juga memiliki beragam fungsi yang tidak jauh berbeda dari media massa, namun dengan pendekatan yang lebih adaptif terhadap karakteristik digital. Fungsi-fungsi utama media daring meliputi:

a. Fungsi Informasi

Media daring menyediakan informasi secara cepat, aktual, dan dapat diakses oleh siapa saja. Portal berita online seperti Kompas.com dan Detik.com berfungsi sebagai sumber utama bagi masyarakat dalam memperoleh berita terkini (Ibrahim, 2020).

b. Fungsi Edukasi

Konten media daring sering kali berisi informasi yang bersifat edukatif, seperti artikel pengetahuan, video tutorial, hingga program diskusi yang

memberikan wawasan baru bagi audiens (Sanjaya, 2021).

c. Fungsi Partisipasi Publik

Salah satu keunggulan utama media daring adalah kemampuannya dalam membuka ruang partisipasi masyarakat, baik melalui kampanye sosial, petisi digital, maupun diskusi daring yang membentuk opini publik (Wahyuni & Darmawan, 2021).

d. Fungsi Hiburan

Media daring juga menyajikan berbagai konten hiburan, mulai dari video lucu, musik, hingga serial web. Fungsi ini penting dalam memberikan relaksasi dan menjadi bagian dari gaya hidup masyarakat modern (Hidayat, 2022).

Media daring dapat diklasifikasikan dalam beberapa bentuk berdasarkan cara penyampaian kontennya. Masing-masing jenis memiliki karakteristik unik yang memengaruhi cara audiens menerima dan menafsirkan informasi:

a) Portal Berita Online

Media yang menyajikan berita terkini dalam format digital seperti Kompas.com, Detik.com, dan Tempo.co. Informasi dapat diperbarui dalam hitungan menit dan mencakup berbagai topik.

b) Media Sosial

Platform seperti Instagram, X (Twitter), dan Facebook memungkinkan penyebaran pesan yang cepat dan luas, serta mendorong partisipasi publik secara langsung.

c) Media Streaming dan Video Sharing

YouTube dan TikTok menjadi media utama untuk menyampaikan konten audiovisual, baik dalam bentuk berita, hiburan, edukasi, maupun opini publik.

Dengan sifatnya yang cepat, interaktif, dan dapat disesuaikan, media daring telah menjadi instrumen utama dalam komunikasi kontemporer. Pemahaman terhadap karakteristik dan fungsi media daring penting untuk menganalisis dinamika komunikasi di era digital, termasuk dalam konteks konstruksi berita dan pembentukan opini publik.

2.2.2. Jurnalisme Online

Jurnalisme online adalah bentuk jurnalisme yang menggunakan internet sebagai media utama dalam produksi, distribusi, dan konsumsi berita. Seiring perkembangan teknologi digital, jurnalisme online telah mengubah cara kerja industri media dengan memungkinkan penyampaian berita yang lebih cepat, interaktif, serta menjangkau audiens yang lebih luas (Nurwulan & Puspita, 2019). Dibandingkan dengan media cetak, jurnalisme online memungkinkan pembaruan berita secara real-time, sehingga informasi yang disampaikan dapat terus diperbarui sesuai dengan perkembangan terbaru.

Menurut Khaer et al. (2021), jurnalisme online memiliki beberapa karakteristik utama yang membedakannya dari jurnalisme tradisional, yaitu:

1. **Immediacy (Kesesegeraan):** Salah satu keunggulan utama jurnalisme online adalah kemampuannya untuk menyampaikan berita dalam waktu nyata (*real-time*). Jurnalis dapat langsung mempublikasikan berita sesaat setelah suatu peristiwa terjadi tanpa harus menunggu proses pencetakan seperti pada media cetak. Hal ini membuat berita lebih cepat diakses oleh publik, tetapi juga menuntut keakuratan dalam verifikasi informasi sebelum dipublikasikan.
2. **Multiple Pagination (Halaman Berlapis):** Jurnalisme online memungkinkan penyajian berita dalam format yang lebih dinamis dengan adanya hyperlink yang menghubungkan satu artikel dengan artikel lainnya. Hal ini memungkinkan pembaca untuk menggali informasi lebih dalam melalui referensi berita terkait dalam satu platform digital.
3. **Multimedia:** Tidak seperti media cetak yang hanya mengandalkan teks dan gambar, jurnalisme online dapat menyajikan berita dalam berbagai format seperti video, infografis, podcast, dan elemen interaktif lainnya. Kombinasi berbagai bentuk media ini tidak hanya meningkatkan daya tarik berita, tetapi juga memperkaya pengalaman pengguna dalam mengonsumsi informasi.
4. **Flexibility Delivery Platform (Fleksibilitas Platform Distribusi):** Berita dalam jurnalisme online dapat diakses dari berbagai perangkat digital seperti komputer, tablet, dan ponsel. Keberadaan aplikasi berita dan situs

web responsif membuat akses berita menjadi lebih mudah dan dapat diikuti kapan saja serta di mana saja.

5. Archiving (Pengarsipan Berita): Berbeda dengan media cetak yang bersifat sekali terbit, berita dalam jurnalisme online dapat diarsipkan dan diakses kembali kapan saja. Arsip digital ini memberikan kemudahan bagi pembaca yang ingin mencari berita lama atau membandingkan perkembangan suatu isu dari waktu ke waktu.
6. Relationship with Readers (Hubungan dengan Pembaca): Salah satu perbedaan paling signifikan antara jurnalisme online dan tradisional adalah adanya interaktivitas dengan pembaca. Melalui fitur komentar, forum diskusi, dan media sosial, audiens tidak hanya berperan sebagai konsumen berita tetapi juga sebagai peserta aktif dalam diskusi dan penyebaran informasi. Keberadaan elemen ini memberikan dinamika baru dalam komunikasi antara jurnalis dan audiens, di mana umpan balik dapat diberikan secara langsung.

Selain karakteristik di atas, jurnalisme online juga menghadapi berbagai tantangan, terutama dalam hal verifikasi informasi. Dengan kemudahan distribusi berita secara instan, risiko penyebaran informasi yang belum terverifikasi menjadi lebih tinggi. Oleh karena itu, jurnalisme online harus tetap berpegang pada prinsip etika jurnalistik, seperti akurasi, keberimbangan, dan tanggung jawab terhadap informasi yang dipublikasikan (Setiawan, 2018).

Bradshaw (dalam Putria mulia, 2022) mengembangkan konsep B-A-S-I-C dalam jurnalisme online, yang menekankan lima aspek utama dalam penyajian berita digital, yaitu:

- a. Brevity (Ringkas): Informasi dalam jurnalisme online harus disampaikan secara singkat, padat, dan langsung ke inti permasalahan. Hal ini karena audiens digital cenderung memiliki rentang perhatian yang lebih pendek dibandingkan pembaca media cetak. Oleh karena itu, penyajian berita harus menekankan poin-poin utama tanpa bertele-tele.
- b. Adaptability (Kemampuan Beradaptasi): Jurnalisme online harus dapat beradaptasi dengan perkembangan teknologi serta kebiasaan audiens dalam mengonsumsi berita. Misalnya, dengan semakin populernya media sosial,

banyak media online kini mengoptimalkan penyebaran berita melalui platform seperti Instagram, Twitter, dan TikTok agar lebih mudah diakses oleh pembaca muda.

- c. Scannability (Mudah Dipindai): Artikel dalam jurnalisme online harus memiliki struktur yang memudahkan pembaca untuk menemukan informasi penting dengan cepat. Penggunaan subjudul, poin-poin bullet, serta paragraf yang tidak terlalu panjang membantu audiens dalam memahami isi berita dalam waktu singkat. Hal ini juga berhubungan dengan kebiasaan membaca digital yang cenderung lebih cepat dibandingkan membaca cetak.
- d. Interactivity (Interaktif): Salah satu keunggulan utama jurnalisme online adalah keterlibatan pembaca yang lebih aktif. Berita dapat dikomentari, dibagikan, atau bahkan dikritisi secara langsung oleh audiens. Beberapa media juga mengembangkan fitur polling atau *live streaming* untuk meningkatkan keterlibatan pembaca dengan berita yang sedang disajikan.
- e. Community & Conversation (Komunitas dan Percakapan): Dalam jurnalisme online, pembaca tidak hanya sekadar mengonsumsi berita tetapi juga berkontribusi dalam diskusi publik. Keberadaan forum, media sosial, dan fitur komentar memungkinkan terciptanya dialog dua arah antara jurnalis dan pembaca. Fenomena ini menciptakan komunitas yang lebih terlibat dengan informasi dan isu-isu yang diberitakan.

Dalam praktiknya, model bisnis jurnalisme online juga menghadapi tantangan tersendiri. Monetisasi yang umumnya berbasis iklan digital terkadang membuat media lebih mengutamakan jumlah klik daripada kualitas berita. Beberapa media juga mengadopsi model berlangganan (*subscription*) atau sistem *paywall* untuk menjaga keberlanjutan bisnis mereka (Nurwulan & Puspita, 2019).

Secara keseluruhan, jurnalisme online telah menjadi bagian integral dalam industri media modern. Dengan keunggulannya dalam kecepatan, interaktivitas, dan fleksibilitas, jurnalisme online terus berkembang sebagai sumber informasi utama bagi masyarakat. Namun, tantangan terkait kredibilitas berita, verifikasi informasi, dan model bisnis yang berkelanjutan tetap menjadi perhatian utama dalam dunia jurnalisme digital.

2.2.3. Berita

Berita merupakan salah satu bentuk komunikasi massa yang bertujuan untuk menyampaikan informasi mengenai suatu peristiwa kepada masyarakat luas. Istilah berita sendiri berasal dari bahasa Sanskerta *Vrit*, yang dalam bahasa Inggris berkaitan dengan kata *write*, yang berarti ada atau terjadi. Ada juga istilah *Vritta*, yang berarti suatu kejadian atau sesuatu yang telah terjadi. Dalam Kamus Besar Bahasa Indonesia (KBBI), berita didefinisikan sebagai laporan tentang kejadian atau peristiwa yang dianggap penting, menarik, dan aktual. Dengan kata lain, berita merupakan informasi yang memiliki nilai kepentingan bagi masyarakat dan layak untuk disebarluaskan (Purnama & Wibisono, 2021).

Dalam perkembangannya, berita tidak hanya berfungsi sebagai penyampai informasi, tetapi juga sebagai alat untuk membentuk opini publik. Berita yang baik harus memenuhi unsur akurasi, objektivitas, dan keberimbangan agar dapat memberikan gambaran yang jelas kepada pembacanya. Seiring dengan kemajuan teknologi, penyampaian berita pun mengalami perubahan signifikan. Jika sebelumnya berita lebih sering disampaikan melalui media cetak seperti koran dan majalah, kini berita lebih banyak diakses melalui media daring atau portal berita digital. Hal ini tidak lepas dari perubahan pola konsumsi informasi masyarakat yang semakin bergantung pada internet dan perangkat digital dalam kehidupan sehari-hari (Suryani & Hidayat, 2018).

Berita yang dikonsumsi masyarakat saat ini juga semakin bervariasi, baik dari segi isi maupun format penyajiannya. Tidak hanya berbentuk teks, berita kini juga dapat disampaikan melalui gambar, video, hingga infografis yang dirancang untuk memberikan pemahaman yang lebih mudah dan menarik bagi pembaca. Karakteristik utama berita adalah aktualitasnya, di mana informasi yang disampaikan harus relevan dengan kondisi terkini. Berita yang baik juga harus memiliki nilai signifikansi, yaitu memiliki dampak bagi khalayak, serta nilai kedekatan yang membuatnya lebih menarik bagi kelompok audiens tertentu.

Menurut Assegaf (dalam Suryani & Hidayat, 2018), suatu peristiwa baru dapat dikategorikan sebagai berita jika ditemukan dan dilaporkan oleh seorang jurnalis. Berita merupakan hasil pengolahan informasi yang dikumpulkan dari

berbagai sumber, kemudian disusun dalam bentuk yang sistematis dan disebarluaskan melalui media massa. Dengan adanya perkembangan media digital, proses pencarian dan penyebaran berita menjadi semakin cepat dan dinamis. Wartawan kini dapat melaporkan suatu peristiwa secara real-time melalui media daring, memungkinkan masyarakat mendapatkan informasi dalam hitungan menit setelah suatu kejadian terjadi.

Di dalam buku *Jurnalistik: Teori dan Praktik*, Kusumaningrat (dalam Purnama & Wibisono, 2021) menjelaskan bahwa berita adalah informasi aktual yang mencakup fakta dan opini yang menarik perhatian publik. Dalam konteks jurnalistik, berita bukan sekadar laporan mengenai suatu kejadian, tetapi juga harus memiliki nilai kebaruan dan relevansi dengan kehidupan masyarakat. Oleh karena itu, penyajian berita harus dilakukan dengan standar profesionalisme tinggi agar informasi yang diberikan tidak hanya menarik, tetapi juga kredibel dan dapat dipercaya.

Dalam penelitian ini, berita yang dianalisis adalah berita yang dipublikasikan melalui media daring. Media berita online memiliki karakteristik yang membedakannya dari media tradisional, terutama dalam hal kecepatan penyebaran informasi, interaktivitas, serta kemudahan akses. Media online memungkinkan masyarakat untuk memperoleh berita kapan saja dan di mana saja, tanpa perlu menunggu edisi cetak seperti halnya koran atau majalah. Dengan adanya fitur komentar dan media sosial, berita yang disajikan dalam portal daring juga memungkinkan terjadinya interaksi antara jurnalis dan pembaca, sehingga memperkaya diskusi publik mengenai suatu topik tertentu (Purnama & Wibisono, 2021).

Sebagai bagian dari ekosistem media digital, berita online juga memiliki tantangan tersendiri, terutama terkait dengan akurasi dan kredibilitas informasi. Perkembangan teknologi memungkinkan siapa saja untuk menyebarkan informasi dengan cepat, tetapi tidak semua informasi yang beredar dapat dipertanggungjawabkan kebenarannya. Oleh karena itu, dalam dunia jurnalistik, verifikasi fakta tetap menjadi prinsip utama dalam menyajikan berita, agar masyarakat dapat menerima informasi yang akurat dan tidak menyesatkan.

1. Nilai

Nilai berita, atau yang dikenal sebagai kelayakan berita, adalah ukuran yang digunakan untuk menilai apakah suatu informasi, kejadian, atau peristiwa memiliki elemen yang dapat dianggap sebagai berita. Agar suatu peristiwa dapat dikategorikan sebagai berita, terdapat kriteria dan nilai tertentu yang harus dipenuhi. Informasi yang disampaikan harus memenuhi syarat tertentu agar layak disajikan melalui media massa. Dengan kemajuan teknologi dan internet, jutaan peristiwa dapat diakses dengan mudah oleh jurnalis, sehingga mereka harus memiliki standar ukuran yang jelas dalam menentukan apakah suatu peristiwa layak untuk dikategorikan sebagai berita (Latief, 2021).

Berita yang memiliki nilai tinggi akan lebih menarik perhatian pembaca dan berpotensi lebih banyak dikonsumsi oleh masyarakat. Setiap organisasi media memiliki standar tersendiri dalam menentukan nilai berita, tetapi secara umum terdapat beberapa kategori yang menjadi tolak ukur utama dalam menentukan kelayakan berita. Menurut Khoirul Muslimin dalam buku *Jurnalistik Dasar: Jurus Jitu Menulis Berita, Feature, Biografi, Artikel Populer, dan Editorial* (2019), nilai berita dapat dikategorikan ke dalam beberapa aspek berikut:

a) *Magnitude* (Besar)

Semakin besar dampak suatu peristiwa, semakin tinggi nilai beritanya. Misalnya, bencana alam yang menelan banyak korban atau kebijakan ekonomi yang memengaruhi banyak orang.

b) *Significance* (Penting)

Berita memiliki nilai tinggi jika peristiwanya berpengaruh terhadap kehidupan masyarakat. Contohnya, kebijakan pemerintah tentang pendidikan atau kesehatan yang berdampak luas.

c) *Conflict* (Konflik)

Pertentangan antara individu, kelompok, atau negara sering menarik perhatian. Misalnya, persaingan politik, demonstrasi, atau konflik hukum.

d) *Timeliness* (Waktu)

Semakin baru suatu peristiwa, semakin tinggi nilai beritanya. Berita yang

cepat disajikan, seperti kejadian bencana atau pengumuman resmi, lebih menarik bagi pembaca.

e) *Proximity* (Kedekatan)

Peristiwa yang terjadi di sekitar pembaca lebih menarik dibandingkan yang jauh. Kedekatan bisa bersifat geografis, budaya, atau emosional.

f) *Human Interest* (Manusiawi)

Berita yang menyentuh perasaan, seperti kisah inspiratif atau kejadian yang memicu empati, sering menarik perhatian masyarakat.

g) *Prominence* (Keterkenalan)

Tokoh terkenal, baik selebriti, politisi, maupun tokoh publik lainnya, selalu menjadi sorotan. Berita yang melibatkan mereka cenderung lebih banyak dikonsumsi.

h) *Oddity* (Unik)

- Peristiwa yang tidak biasa atau jarang terjadi sering menarik perhatian, seperti penemuan aneh atau kejadian langka.

i) *Impact* (Pengaruh)

Semakin besar dampak berita terhadap masyarakat, semakin penting untuk diberitakan. Misalnya, perubahan iklim atau kebijakan yang mempengaruhi banyak orang.

Dalam konteks penelitian ini, nilai berita menjadi aspek yang sangat penting untuk dianalisis karena setiap berita memiliki daya tarik dan pengaruh yang berbeda terhadap audiens. Terutama dalam pengemasan berita mengenai "Indonesia Gelap" pada portal berita online nasional seperti Detik.com dan Kompas.com, nilai berita berperan dalam menentukan bagaimana suatu isu disajikan dan diterima oleh masyarakat. Berita dengan nilai tinggi cenderung mendapatkan lebih banyak perhatian, mempengaruhi opini publik, serta membentuk persepsi terhadap situasi krisis yang diberitakan. Oleh karena itu, memahami nilai berita dalam pemberitaan media sangat penting dalam mengkaji bagaimana portal berita online mengemas informasi, memilih sudut pandang, serta menyusun narasi yang berdampak pada pemahaman dan reaksi pembaca terhadap isu yang diberitakan.

2. Unsur Berita

Unsur berita merupakan elemen fundamental yang harus ada dalam setiap berita agar informasi yang disampaikan lengkap, akurat, dan dapat dipahami oleh pembaca. Unsur berita berfungsi sebagai pedoman bagi jurnalis dalam menyusun berita yang memenuhi standar jurnalistik dan menarik minat pembaca. Dalam jurnalistik modern, khususnya di media online, unsur berita menjadi semakin penting mengingat banyaknya informasi yang beredar dengan cepat dan luas (Timu, 2019).

Unsur berita memastikan bahwa setiap berita memiliki struktur yang jelas dan memenuhi kebutuhan informasi masyarakat. Dalam konteks berita online, unsur berita juga berperan dalam meningkatkan kredibilitas dan keterbacaan suatu berita di tengah persaingan informasi yang begitu ketat. Berita yang baik harus memenuhi unsur-unsur mendasar agar tidak menimbulkan kesalahpahaman, spekulasi, atau bahkan disinformasi.

Salah satu standar yang digunakan dalam penyusunan berita adalah konsep 5W+1H, yang mencakup enam pertanyaan utama untuk memastikan kelengkapan berita. Keenam unsur ini adalah:

a) *What* (Apa)

Menjelaskan peristiwa utama yang menjadi inti berita. Unsur ini menjawab pertanyaan tentang apa yang terjadi dan memberikan gambaran awal kepada pembaca mengenai suatu kejadian.

b) *Who* (Siapa)

Mengidentifikasi individu atau kelompok yang terlibat dalam peristiwa. Unsur ini penting untuk memberikan konteks mengenai siapa yang melakukan, mengalami, atau berpengaruh terhadap kejadian yang diberitakan.

c) *Where* (Di mana)

Memberikan informasi tentang lokasi kejadian. Dalam berita online, unsur ini juga sering diperkuat dengan peta atau tautan lokasi untuk memberikan pemahaman visual kepada pembaca.

d) *When* (Kapan)

Menyajikan waktu terjadinya peristiwa. Unsur ini penting untuk

menekankan urgensi atau relevansi suatu berita, terutama dalam berita hard news yang membutuhkan kecepatan penyampaian informasi.

e) *Why* (Mengapa)

Menjelaskan latar belakang dan alasan terjadinya suatu peristiwa. Unsur ini memberikan konteks yang lebih dalam kepada pembaca mengenai faktor penyebab suatu kejadian.

f) *How* (Bagaimana)

Menguraikan proses atau kronologi suatu peristiwa. Unsur ini membantu pembaca memahami bagaimana suatu kejadian berlangsung, termasuk dampak atau konsekuensi yang diakibatkan.

Dalam penelitian yang dilakukan oleh Timu (2019), ditemukan bahwa tidak semua berita di media online memenuhi seluruh unsur 5W+1H. Unsur “*Why*” dan “*How*” sering kali kurang tergarap karena keterbatasan ruang dan kecepatan publikasi dalam jurnalistik daring. Namun, berita yang menyertakan semua unsur tersebut cenderung lebih informatif dan memiliki tingkat keterbacaan yang lebih baik.

Dengan memahami unsur berita secara menyeluruh, terutama dalam konteks media online, jurnalis dapat menyajikan berita yang tidak hanya cepat tetapi juga akurat dan mendalam. Hal ini penting untuk menjaga kredibilitas media serta memberikan informasi yang berkualitas bagi masyarakat.

3. **Jenis Berita**

Dalam dunia jurnalistik, berita memiliki berbagai jenis dan format yang digunakan untuk menyampaikan informasi kepada publik. Setiap jenis berita ini disesuaikan dengan kebutuhan dan tujuan tertentu, baik itu untuk memberikan informasi yang mendesak, menghibur, atau menyampaikan fakta secara objektif. Jenis-jenis berita yang ada di media massa juga mencerminkan cara penyajian informasi kepada pembaca, yang tidak hanya mempertimbangkan fakta, tetapi juga bagaimana berita tersebut dikemas untuk menarik perhatian audiens. Dalam konteks media online, jenis berita juga dapat memengaruhi persepsi dan pengaruh berita tersebut terhadap pembaca, terutama dalam mengemas isu-isu penting, termasuk yang

berkaitan dengan politainment atau pemberitaan terkait pemilu.

Menurut McNair (2017), dalam dunia jurnalistik terdapat berbagai jenis berita yang memiliki karakteristik dan tujuan tertentu. Adapun beberapa jenis berita yang umum dikenal adalah sebagai berikut:

a) *Hard News*

Hard news adalah jenis berita yang dianggap memiliki nilai informasi yang sangat penting dan mendesak untuk segera diketahui masyarakat. Biasanya, berita-berita yang termasuk dalam kategori ini berisi informasi terkini yang dapat mempengaruhi banyak orang, seperti peristiwa politik, kriminalitas, atau kejadian besar lainnya. Kecepatan dalam penyampaian informasi menjadi sangat krusial untuk menjaga relevansi berita tersebut. Misalnya, pemberitaan terkait peristiwa politik besar seperti pemilihan umum atau pengumuman hasil survei calon presiden yang dapat memengaruhi opini publik.

b) *Soft News*

Berbeda dengan hard news, soft news lebih mengutamakan informasi yang bersifat ringan dan menghibur pembaca. Berita ini tidak terlalu mendesak dan bisa disajikan kapan saja tanpa harus memperhatikan waktu atau urgensinya. Fokus utama dari soft news adalah memberikan wawasan, hiburan, serta menarik perhatian pembaca melalui cerita yang menyentuh emosi. Jenis berita ini banyak ditemukan dalam segmen gaya hidup, hiburan, atau cerita-cerita inspiratif. Contohnya adalah artikel tentang tren mode terbaru, kisah sukses tokoh terkenal, atau cerita human interest yang bertujuan untuk memberikan inspirasi bagi pembaca.

Dalam konteks penelitian mengenai pengemasan berita Indonesia gelap pada portal berita online nasional, seperti Detik.com dan Kompas.com, penting untuk memahami bagaimana jenis berita yang disajikan memengaruhi persepsi publik terhadap peristiwa-peristiwa penting, termasuk yang berpotensi kontroversial atau bersifat politainment. Jenis-jenis berita tersebut akan dianalisis untuk melihat bagaimana pengemasan informasi yang disajikan oleh kedua portal berita ini dapat mempengaruhi pembaca dalam memahami dan merespons isu-isu yang terkait dengan

politik, sosial, dan budaya, terutama pada periode tertentu yang relevan dengan pemilu atau dinamika politik nasional.

4. **Narasumber**

Dalam dunia jurnalistik, narasumber memegang peranan penting dalam penyajian informasi yang akurat dan dapat dipercaya. Narasumber adalah pihak yang memberikan atau mengetahui informasi dengan jelas, yang kemudian digunakan oleh wartawan untuk menyusun sebuah berita yang informatif. Tanpa narasumber yang tepat, sebuah berita akan kehilangan kedalaman makna dan kualitasnya. Oleh karena itu, pemilihan narasumber yang sesuai dan kredibel sangat penting untuk menghasilkan pemberitaan yang berkualitas. Narasumber dapat berasal dari berbagai kalangan, baik individu maupun informasi lainnya seperti dokumen atau sumber referensi lainnya yang relevan dengan topik berita yang dibahas.

Menurut Kamus Besar Bahasa Indonesia, narasumber adalah orang yang memberikan atau mengetahui informasi dengan jelas dan menjadi sumber informasi tersebut. Kualitas berita sangat bergantung pada kualitas narasumber yang digunakan. Semua sumber informasi, baik berupa orang (sumber manusia) maupun sumber fisik lainnya seperti catatan, dokumen, buku, dan referensi lainnya, harus disebutkan asalnya, karena tidak menyebutkan sumber dapat berujung pada tindakan plagiat. Narasumber yang baik adalah mereka yang memiliki pengetahuan yang mendalam dalam bidang tertentu dan memiliki rasa tanggung jawab terhadap pentingnya publik memperoleh informasi yang tepat.

Bagus Sasmito (2020:17) mengungkapkan bahwa narasumber yang baik adalah seseorang yang memiliki pengetahuan dalam bidangnya serta memiliki kepedulian terhadap pentingnya mengungkapkan kebenaran kepada publik. Dalam penelitian ini, beberapa narasumber yang relevan dengan topik yang dibahas akan digunakan untuk memperkuat analisis, antara lain:

a) Kerabat/Keluarga

Kerabat atau keluarga adalah unit sosial terkecil dalam masyarakat, yang memiliki hubungan darah antara satu individu dengan individu lainnya.

Kerabat dapat memberikan wawasan pribadi yang mendalam mengenai suatu peristiwa atau keadaan yang terjadi. Sebagai narasumber, mereka memiliki kedekatan emosional dengan peristiwa tersebut, sehingga dapat memberikan informasi yang lebih subjektif dan pribadi.

b) Politikus

Politikus adalah individu yang terlibat dalam dunia politik, baik sebagai kandidat ataupun pemimpin partai. Mereka memiliki pemahaman yang mendalam mengenai kebijakan, dinamika politik, serta peristiwa yang terjadi dalam sistem pemerintahan. Dalam pemberitaan yang berkaitan dengan politainment, politikus menjadi sumber yang sangat penting untuk menggali informasi terkait proses politik dan keputusan-keputusan penting dalam pemerintahan.

c) Selebriti

Selebriti adalah individu yang dikenal luas oleh masyarakat, baik karena prestasinya dalam dunia hiburan maupun karena kontroversi yang melibatkan dirinya. Selebriti sering kali menjadi sorotan media massa, sehingga perspektif mereka sangat penting untuk memahami bagaimana kehidupan pribadi mereka dapat mempengaruhi citra publik dan perhatian media.

d) Jurnalis

Jurnalis adalah orang yang bertugas untuk mengumpulkan, menganalisis, dan menyampaikan berita kepada publik. Mereka memiliki keterampilan untuk mencari dan mengolah informasi secara objektif. Dalam penelitian ini, jurnalis juga menjadi narasumber yang relevan untuk memahami proses produksi berita, terutama dalam konteks pemberitaan politainment, yang sering kali melibatkan sudut pandang media terhadap isu-isu politik.

e) Masyarakat

Masyarakat merupakan sekelompok individu yang hidup bersama dalam suatu tatanan sosial. Pandangan masyarakat sebagai narasumber penting karena mereka mewakili opini publik yang dapat memberikan gambaran tentang bagaimana suatu peristiwa atau isu diterima oleh masyarakat luas. Dalam analisis politainment, pemahaman terhadap opini masyarakat sangat

penting untuk memahami bagaimana isu-isu politik diserap dan dipersepsikan oleh publik.

f) Mahasiswa

Mahasiswa merupakan seseorang yang memiliki kemampuan berpikir kritis dan analitis, dan juga bertanggung jawab dalam intelektual dan sosial.

g) TNI/Polri

TNI / Polri merupakan seseorang yang memiliki komitmen untuk menegakkan hukum dan menjaga stabilitas nasional

Dalam penelitian mengenai Pengemasan Berita Indonesia Gelap pada Portal Berita Online Nasional (Analisis Isi Kualitatif pada Detik.com dan Kompas.com Periode Februari 2025), pemilihan narasumber yang relevan dan kredibel menjadi kunci utama untuk mengkaji bagaimana berita-berita isu politik Indonesia Gelap dikemas dalam media massa. Penggunaan narasumber yang tepat, seperti kerabat, politikus, selebriti, jurnalis, dan masyarakat, akan memperkaya pemahaman terhadap bagaimana media online nasional mengolah dan menyajikan berita terkait isu tersebut. Dengan demikian, penelitian ini bertujuan untuk memberikan gambaran yang lebih mendalam tentang cara pemberitaan politik dilakukan, serta pengaruhnya terhadap persepsi publik melalui portal berita seperti Detik.com dan Kompas.com.

5. **Nada Berita**

Dalam pandangan Mulyadi dan Musman (2017), tone atau nada dalam pemberitaan merujuk pada pendekatan khas yang digunakan oleh jurnalis dalam menyampaikan informasi, yang secara langsung dapat memengaruhi cara khalayak menafsirkan isi berita. Nada ini terbagi menjadi tiga jenis utama: netral, positif, dan negatif. Nada netral dicirikan oleh penyajian informasi yang bebas dari opini atau emosi pribadi, dan kerap digunakan dalam peliputan peristiwa besar atau bencana dengan tujuan menjaga objektivitas. Sebaliknya, nada positif lebih menekankan sisi optimistis dari suatu isu, seperti solusi atau dampak baik yang ditimbulkan, dan umumnya ditemukan dalam berita yang bersifat human interest. Di lain pihak, nada negatif mengandung elemen kritik dan ketidaksetujuan, terutama dalam isu-

isu kontroversial atau investigatif.

Senada dengan hal tersebut, Wahyuti (2015) menjelaskan bahwa nada dalam berita tidak hanya sebatas pada isi, tetapi juga berkaitan erat dengan cara media menyusun dan menyampaikan informasi. Nada ini juga dikategorikan ke dalam tiga bentuk utama, yaitu: netral, yang menyajikan informasi tanpa keberpihakan; negatif, yang cenderung mengkritik atau memberikan penilaian buruk terhadap individu, kelompok, atau isu tertentu; serta positif, yang menampilkan berita dengan sentimen mendukung atau memuji suatu subjek.

a) Nada Positif

Mengandung unsur apresiasi, menunjukkan dukungan, memberikan dorongan, serta menyampaikan harapan dan pandangan yang bersifat optimis.

b) Nada Negatif

Berisi ungkapan ketidakpuasan, sindiran halus, peringatan, kritik tajam, maupun ekspresi penolakan terhadap isu.

c) Nada Netral

Menyajikan informasi secara berimbang dari kedua perspektif, juga menggunakan bahasa objektif dan netral tanpa memunculkan opini atau emosi pribadi dan jurnalis

Mengacu pada uraian tersebut, dapat disimpulkan bahwa proses pengemasan berita merupakan teknik strategis yang digunakan media untuk membentuk narasi dan menyampaikan informasi kepada publik. Proses ini mencakup sejumlah aspek penting seperti frekuensi tayang, jenis berita, nilai-nilai berita, unsur-unsur 5W+1H, dan tentu saja nada atau tone pemberitaan. Dalam konteks penelitian ini, pendekatan tersebut menjadi relevan karena bertujuan untuk mengeksplorasi dalam berita Indonesia gelap pada periode februari 2025. Perbedaan sudut pandang jurnalis maupun karakter editorial masing-masing media memungkinkan munculnya variasi dalam nada pemberitaan, yang bisa bersifat netral, mendukung, atau bahkan kritis terhadap program tersebut.

2.2.4. Pengemasan Pesan

Pengemasan pesan adalah suatu proses penting dalam dunia komunikasi massa yang mencakup penyusunan, pengolahan, dan penyajian informasi dengan cara yang dapat mempengaruhi pemahaman dan persepsi audiens. Proses ini tidak hanya melibatkan penulisan teks atau penyajian informasi secara sederhana, tetapi juga mempertimbangkan bagaimana elemen-elemen yang ada, seperti visual, bahasa, dan struktur berita, bekerja untuk mencapai tujuan tertentu. Pengemasan pesan bertujuan agar informasi yang disampaikan tidak hanya diterima oleh audiens, tetapi juga diproses, dipahami, dan mempengaruhi pandangan atau perilaku audiens.

Menurut Saraswati (2018), pengemasan pesan adalah kegiatan mengatur informasi sedemikian rupa agar dapat mencapai efek yang diinginkan, baik itu dalam membentuk opini, merangsang emosi, atau mengubah perilaku audiens. Setiap media memiliki cara dan gaya tertentu dalam mengemas pesan, bergantung pada audiens yang dituju dan tujuan yang ingin dicapai. Oleh karena itu, pengemasan pesan tidak sekadar menyajikan fakta atau informasi, tetapi juga menyampaikan makna yang lebih dalam yang dapat mempengaruhi persepsi audiens terhadap suatu isu atau peristiwa.

Tujuan utama dari pengemasan pesan adalah untuk memudahkan audiens dalam memahami dan mengingat informasi. Sebagai contoh, dalam pemberitaan tentang politik, pengemasan pesan akan sangat berpengaruh dalam membentuk citra seorang kandidat atau partai politik. Media massa, seperti Detik.com dan Kompas.com, akan memilih cara tertentu untuk menyampaikan informasi yang berkaitan dengan politik, agar pesan yang disampaikan dapat memperkuat posisi politik tertentu di mata publik. Tujuan pengemasan pesan tidak hanya untuk menginformasikan, tetapi juga untuk mempengaruhi opini audiens dan membentuk pola pikir mereka mengenai isu yang dibahas.

Selain itu, pengemasan pesan juga berfungsi untuk memotivasi audiens untuk bertindak atau membuat keputusan tertentu. Bungin (2017) dalam bukunya menjelaskan bahwa pengemasan pesan yang baik harus mampu menyentuh aspek emosional audiens, agar informasi yang disampaikan tidak hanya dipahami secara

rasional, tetapi juga dapat merangsang reaksi emosional yang mengarah pada perubahan sikap atau perilaku.

2.2.5. Konstruksi Realitas di Media

Konstruksi realitas di media mengacu pada cara media menyajikan, menginterpretasikan, dan membentuk persepsi publik tentang suatu peristiwa atau fenomena. Proses ini tidak hanya melibatkan penyajian informasi, tetapi juga penataan, pemilihan, dan penekanan pada aspek-aspek tertentu yang akhirnya membentuk cara audiens memahami dunia. Media berperan penting dalam membentuk konstruksi realitas sosial, karena melalui berita yang mereka sampaikan, media mempengaruhi cara audiens melihat suatu peristiwa atau kelompok sosial.

- Menurut Sulistyono (2016), konstruksi realitas di media terjadi melalui pemilihan dan pengolahan informasi yang disesuaikan dengan kepentingan tertentu, baik itu ideologi, politik, maupun komersial. Media tidak hanya merepresentasikan dunia secara langsung, tetapi juga mengolah dan meringkas informasi sehingga audiens menerima gambaran tertentu mengenai realitas yang sedang dibahas. Hal ini sering kali dikaitkan dengan teori framing, yang menjelaskan bagaimana media memilih cara tertentu dalam menyajikan isu atau peristiwa, dengan menonjolkan aspek-aspek tertentu untuk membentuk opini publik.

Proses konstruksi realitas di media melibatkan seleksi dan pengorganisasian informasi, yang kemudian disajikan dengan tujuan tertentu. Cangara (2015) menjelaskan bahwa dalam framing, media memutuskan apa yang penting untuk diberitakan dan bagaimana informasi tersebut disajikan, baik melalui teks, gambar, ataupun video. Framing ini pada akhirnya mengarahkan audiens untuk menginterpretasikan peristiwa dengan cara yang diinginkan oleh media. Dalam konteks ini, media menjadi "penjaga makna" yang mempengaruhi bagaimana audiens memahami dan menilai isu-isu tertentu. Selain framing, agenda-setting juga berperan dalam konstruksi realitas. Teori ini menyatakan bahwa media tidak hanya memberi tahu audiens apa yang harus dipikirkan, tetapi juga apa yang harus dipikirkan tentang isu yang dipilih untuk diberitakan.

Konstruksi realitas di media tidak dapat dipisahkan dari ideologi yang ada di balik media tersebut. Mulyana (2017) menjelaskan bahwa ideologi media berperan dalam pemilihan dan pembedaan suatu isu. Media dengan ideologi tertentu akan memilih perspektif dan cara pemberitaan yang sesuai dengan nilai dan pandangan yang diusungnya. Sebagai contoh, media yang memiliki afiliasi politik tertentu akan cenderung memberi pemberitaan yang lebih positif terhadap pihak yang sejalan dengan ideologi mereka, sementara pihak yang berseberangan bisa diberitakan dalam perspektif yang lebih kritis atau negatif.

Konstruksi realitas di media juga melibatkan aspek representasi sosial, yaitu cara media menggambarkan kelompok-kelompok tertentu dalam masyarakat. Hadiyanto (2019) menekankan bahwa media seringkali membangun representasi yang dapat memperkuat stereotip atau bias terhadap kelompok tertentu, baik itu berdasarkan ras, kelas sosial, atau orientasi politik. Misalnya, pemberitaan tentang kelompok minoritas seringkali diwarnai dengan stereotip negatif yang dapat membentuk persepsi masyarakat terhadap kelompok tersebut. Oleh karena itu, cara media mengemas pesan memiliki dampak besar terhadap bagaimana kelompok-kelompok ini dipandang oleh masyarakat luas.

Konstruksi realitas yang dilakukan oleh media memiliki dampak yang besar terhadap audiens, baik dalam pembentukan opini maupun perubahan sikap sosial. Saraswati (2018) berpendapat bahwa media dapat membentuk opini publik dengan menyoroti isu-isu tertentu, meringkaskan mereka dalam perspektif tertentu, dan mengabaikan aspek-aspek lain yang tidak sejalan dengan narasi yang ingin dibentuk. Media dengan cara ini mampu menciptakan persepsi yang berbeda tentang suatu peristiwa atau isu, tergantung pada bagaimana mereka memilih dan menyajikan informasi. Dalam konteks media berita online, seperti Detik.com dan Kompas.com, pengemasan berita yang berfokus pada pemilihan kata, gambar, atau sudut pandang yang digunakan dapat memengaruhi pembentukan realitas sosial yang diterima audiens.

Tabel 2. 2 Indikator dan Definisi Operasional

No	Kategori	Indikator	Bentuk
1.	Nilai Berita	<ol style="list-style-type: none"> 1. Magnitude (Besar) 2. Significance (Penting) 3. Conflict (Konflik) 4. Timeliness (Waktu) 5. Proximity (Kedekatan) 6. Human Interest (Manusiawi) 7. Prominence (Keterkenalan) 8. Oddity (Unik) 9. Impact (Pengaruh) 	<ol style="list-style-type: none"> 1. Semakin besar dampak suatu peristiwa, semakin tinggi nilai beritanya. 2. Berita memiliki nilai tinggi jika peristiwanya berpengaruh terhadap kehidupan masyarakat. 3. Pertentangan antara individu, kelompok, atau negara sering menarik perhatian. 4. Semakin baru suatu peristiwa, semakin tinggi nilai beritanya. 5. Peristiwa yang terjadi di sekitar pembaca lebih menarik dibandingkan yang jauh. Kedekatan bisa bersifat geografis, budaya, atau emosional. 6. Berita yang menyentuh perasaan, seperti kisah inspiratif atau kejadian yang memicu empati, sering menarik perhatian masyarakat. 7. Tokoh terkenal, baik selebriti, politisi, maupun tokoh publik lainnya, selalu menjadi sorotan. Berita yang melibatkan mereka cenderung lebih banyak dikonsumsi. 8. Peristiwa yang tidak biasa atau jarang terjadi sering menarik perhatian, seperti penemuan aneh atau kejadian langka. 9. Semakin besar dampak berita terhadap masyarakat, semakin penting untuk diberitakan. Misalnya, perubahan iklim atau kebijakan yang mempengaruhi banyak orang. (Baskoro, 2023)
2.	Unsur Berita	<ol style="list-style-type: none"> 1. What (Apa) 2. Who (Siapa) 3. Where (Dimana) 4. When (Kapan) 5. Why (Mengapa) 6. How (Bagaimana) 7. What (Apa) 8. Who (Siapa) 9. Where (Dimana) 10. When (Kapan) 11. Why (Mengapa) 12. How (Bagaimana) 	<ol style="list-style-type: none"> 1. Menjelaskan peristiwa utama yang menjadi inti berita. Unsur ini menjawab pertanyaan tentang apa yang terjadi dan memberikan gambaran awal kepada pembaca mengenai suatu kejadian. 2. Mengidentifikasi individu atau kelompok yang terlibat dalam peristiwa. Unsur ini penting untuk memberikan konteks 3. Menjelaskan peristiwa utama yang menjadi inti berita. Unsur ini menjawab pertanyaan tentang apa yang terjadi dan memberikan gambaran awal kepada pembaca mengenai suatu kejadian. 4. Mengidentifikasi individu atau kelompok yang terlibat dalam peristiwa. Unsur ini penting untuk memberikan konteks mengenai siapa yang melakukan, mengalami, atau berpengaruh terhadap kejadian yang diberitakan.

5. Memberikan informasi tentang lokasi kejadian. Dalam berita online, unsur ini juga sering diperkuat dengan peta atau tautan lokasi untuk memberikan pemahaman visual kepada pembaca.
6. Menyajikan waktu terjadinya peristiwa. Unsur ini penting untuk menekankan urgensi atau relevansi suatu berita, terutama dalam berita hard news yang membutuhkan kecepatan penyampaian informasi.
7. Menjelaskan latar belakang dan alasan terjadinya suatu peristiwa. Unsur ini memberikan konteks yang lebih dalam kepada pembaca mengenai faktor penyebab suatu kejadian. Menguraikan proses atau kronologi suatu peristiwa. Unsur ini membantu pembaca memahami bagaimana suatu kejadian berlangsung, termasuk dampak atau konsekuensi yang diakibatkan. (Timu, 2019)
3. Jenis Berita
1. Hard News
 2. Soft News
1. Hard news adalah jenis berita yang dianggap memiliki nilai informasi yang sangat penting dan mendesak untuk segera diketahui masyarakat. Biasanya, berita-berita yang termasuk dalam kategori ini berisi informasi terkini yang dapat mempengaruhi banyak orang, seperti peristiwa politik, kriminalitas, atau kejadian besar lainnya. Soft news lebih mengutamakan informasi yang bersifat ringan dan menghibur pembaca. Berita ini tidak terlalu mendesak dan bisa disajikan kapan saja tanpa harus memperhatikan waktu atau urgensinya. Fokus utama dari soft news adalah memberikan wawasan, hiburan, serta menarik perhatian pembaca melalui cerita yang menyentuh emosi. (Krisyantono, 2015)
4. Narasumber
1. Kerabat/Keluarga
 2. Politikus
 3. Selebriti
 4. Jurnalis
 5. Masyarakat
 6. Mahasiswa
 7. TNI/Polri
1. Kerabat atau keluarga adalah unit sosial terkecil dalam masyarakat, yang memiliki hubungan darah antara satu individu dengan individu lainnya.
2. Politikus adalah individu yang terlibat dalam dunia politik, baik sebagai kandidat ataupun pemimpin partai. politikus menjadi sumber yang sangat penting untuk menggali informasi terkait proses politik dan keputusan-keputusan penting dalam pemerintahan. Selebriti adalah individu yang dikenal luas oleh masyarakat, baik karena prestasinya dalam dunia hiburan maupun karena kontroversi yang melibatkan dirinya.
4. Jurnalis adalah orang yang bertugas untuk mengumpulkan, menganalisis, dan menyampaikan berita kepada publik. Mereka memiliki keterampilan untuk mencari dan mengolah informasi secara objektif.

5. Nada berita Positif Negatif Netral

5. Masyarakat merupakan sekelompok individu yang hidup bersama dalam suatu tatanan sosial. Pandangan masyarakat sebagai narasumber penting karena mereka mewakili opini publik yang dapat memberikan gambaran tentang bagaimana suatu peristiwa atau isu diterima oleh masyarakat luas.

6. Mahasiswa merupakan seseorang yang memiliki kemampuan berpikir kritis dan analitis.

7. TNI / Polri merupakan seseorang yang memiliki komitmen untuk menegakkan hukum dan menjaga stabilitas nasional (Sasmito, 2020)

1. Mengandung unsur apresiasi, menunjukkan dukungan, memberikan dorongan, serta menyampaikan harapan dan pandangan yang bersifat optimis.

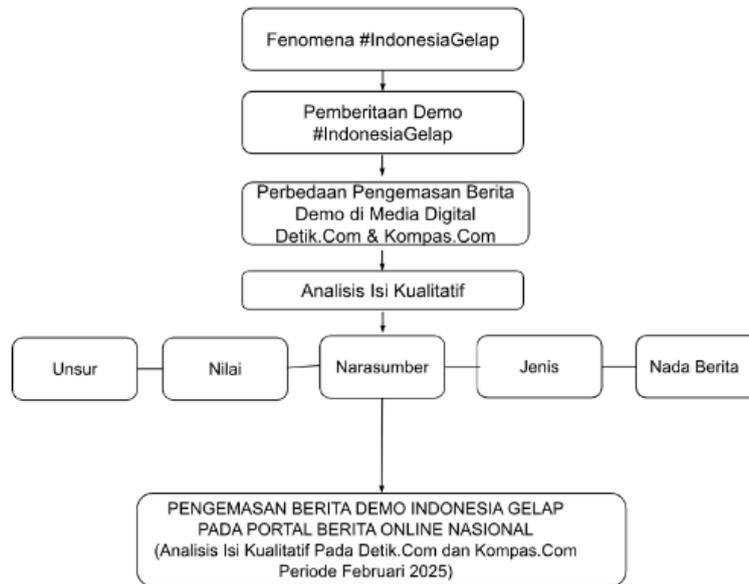
2. Berisi ungkapan ketidakpuasan, sindiran halus, peringatan, kritik tajam, maupun ekspresi penolakan terhadap isu.

3. Menyajikan informasi secara berimbang dari kedua perspektif, juga menggunakan bahasa objektif dan netral tanpa memunculkan opini atau emosi pribadi dan jurnalis.

(Wahyuti, 2015)

Sumber : Oleh Peneliti

2.3. Kerangka Berpikir



Gambar 2. 1 Kerangka Berpikir

Penelitian ini berfokus kepada bagaimana cara pengemasan berita terkait Berita Indonesia Gelap yang diunggah oleh kedua media tersebut yaitu Detik.com dan Kompas.com. Kemudian dari sebuah fenomena tersebut ingin terdapat sebuah rumusan masalah yaitu bagaimana Pengemasan Berita Demo Indonesia Gelap Pada Portal Berita Online Nasional (Analisis Isi Kualitatif Pada Detik.Com Dan Kompas.Com Periode Februari 2025). Lalu memiliki konsep utama dalam penelitian tersebut adalah Pengemasan Berita dengan indikator seperti, nilai, unsur yang didalamnya terdapat 5W=1H, narasumber dan nada berita. Metode analisis isi kualitatif ini digunakan untuk mengidentifikasi bagaimana pengemasan berita tentang Indonesia Gelap yang dilakukan oleh media Detik.Com dan Kompas.com.

