

## BAB II

### TINJAUAN PUSTAKA

#### 2.1 Penelitian Terdahulu

Perlunya tinjauan Pustaka disusun dalam sebuah penelitian didasari oleh kenyataan bahwa setiap objek atau fenomena sosial dapat dianalisis lebih dari satu kali secara berbeda-beda, baik oleh orang yang sama maupun berbeda. Tinjauan literatur berguna untuk melakukan perbandingan antara penelitian - penelitian terdahulu dengan penelitian yang akan ditulis peneliti.

Fenomena tentang media dan disabilitas atau nilai-nilai inklusivitas telah pernah terdapat serta telah menjadi objek penelitian oleh para ilmuwan terdahulu yang kemudian melahirkan banyak sekali macam studi komunikasi massa. dalam perkembangannya, analisis naratif pada satu pendekatan banyak dipergunakan sang akademisi buat menganalisis banyak sekali macam hal dengan bentuk pencarian data seperti obsevasi serta wawancara serta dokumentasi.

Tabel 2. 1 Penelitian Terdahulu

No	Judul Penelitian	Teori dan Konsep	Metode Penelitian	Hasil Penelitian	Perbedaan	Saran
1	Aktivitas Jurnalistik Penyandang Disabilitas di Newsdifabel.com : Studi Kasus Media Online Newsdifabel.com, 2020 (Chicilia	Teori Agenda setting, konsep Jurnalisme Digital, Media massa dan Disabilitas, Media inklusif.	Kualitatif	Penyandang disabilitas tampaknya belum mendapat perhatian dari media. Padahal; peran sebuah media tidak bisa diremehkan karena media berfungsi	Dalam penelitian ini, Chicilia meneliti persoalan aktivitas jurnalistik disabilitas pada newsdifabel, sementara pada penelitian Peneliti, fokus utamanya	Sebaiknya Newsdifabel.com lebih membaca dan mempelajari prinsip – prinsip jurnalistik serta membuat website Newdifabel.com menjadi

Inge Bernisia)	sebagai sumber informasi dan sangat berperan dalam menggiring opini masyarakat. Dalam hasil penelitian ini ditemukan, tidak adanya upaya dari Newsdifaabel.com untuk menerapkan disabilitas inklusif dalam fasilitas mediana.	adalah implementasi nilai-nilai inklusif. Perbedaan juga ada di teori di mana pada penelitian Chicilia, teori yang digunakan adalah agenda setting.	inklusif untuk tunanetra. Serta kepada dewasa pers, untuk memberikan pelatihan dan pengawasan kepada media, tidak hanya tentang perempuan dan anak saja, melainkan tentang penyandang disabilitas agar mereka mendapat keilmuan tentang jurnalistik dalam membantu sebuah media.			
2	Perilaku Imitasi Pekerja Non Tuli pada Pekerja Tuli (Studi Komunika	Teori komunikasi kelompok, komunikasi nonverbal, dan imitasi.	Kualitatif, Studi Kasus.	Berbagai bentuk komunikasi yang dilakukan pekerja non tuli di media	Perbedaan dalam penelitian ini tentu saja terletak pada fokus yang ingin teliti,	Dalam melakukan imitasi, pekerja non tuli mengalami berbagai hambatan

si	KamiBijak	bagaimana	di
Kelompok	merupakan	penelitian	antaranya
di Media	hasil imitasi	Peneliti	seperti
KamiBijak	pada cara	menmfokus	gerakan
). 2021	berkomunik	kan	isyarat
(Elvina	asi pekerja	penelitian	yang
Marcella	tuli. Bentuk	pada nilai	dilakukan
Wijaya)	perilaku	inklusif	pekerja
	imitasi yang	yang	tuli terlalu
	dilakukan	diimplemen	cepat dan
	pekerja non	tasikan di	hanya
	tuli pada	Kamibijak,	mengguna
	pekerja tuli	menggunak	kan satu
	di media	an teori	tangan,
	KamiBijak	manajemen	sehingga
	yaitu	media.	membuat
	copying	Sementara	pekerja
	behaviordan	penelitian	non tuli
	matched-	Elvina,	sulit untuk
	dependent	memfokus	mengamat
	behavior.	an	i dan
	Bentuk	bagaimana	meniru
	copying	perilaku	pekerja
	behaviorkar	imitasi	tuli.
	ena perilaku	pekerja non	
	imitasi yang	tuli pada	
	dilakukanbe	pekerja tuli.	
	rdasarkan		
	ketertarikan		
	.		
	Sedangkan,		
	bentuk		

				matched- dependent behavioral performance imitation that is carried out based on motivation so that coordination with deaf workers in solving work together.		
3	Media Online Kamibijak Bagi Penyandang Tunarungu di Panti Disabilitas Gembira Damai Tomohon, 2021 (Alma N. P. Pitoy)	4 elemen dari teori difusi inovasi oleh Riggs (1995) yaitu inovasi saluran komunikasi, jangka waktu, system sosial.	Kualitatif, wawancara dan observasi	Proses pemanfaatan media online Kamibijak ditinjau berdasarkan 4 elemen, yaitu, Inovasi, media online KamiBijak merupakan sebuah	Perbedaan terletak pada penelitian, Peneliti, lebih menfokuskan kepada bagaimana nilai inklusif di implementasikan dalam media KamiBijak.	Penyampaian melalui media video lebih boros kuota, dan yang terakhir terdapat informasi berita yang kurang up

---

inovasi dan com, to date.  
bermanfaat sementara Kamibijak  
sebagai apa yang dirasa  
sumber diteliti oleh harus bisa  
informasi Alma, memberik  
dan edukasi adalah an inovasi  
bagi bagaimana Kembali  
penyandang 4 elemen pada  
tunarungu. dari teori pemberita  
Saluran difusi an  
komunikasi inovasi, mereka.  
yang serta  
digunakan pandangan  
dalam dari panti  
memanfaatk Disable  
an media Gmim  
online Damai  
KamiBijak Tomohon,  
adalah terhadap  
media sosial media  
Instagram online  
dan KamiBijak.  
facebook.  
Jangka  
waktu, terdapat  
setidaknya  
tiga tahapan  
yang harus  
dilalui  
dalam suatu  
jangka

---

---

waktu untuk  
sampai pada  
titik  
pengadopsian  
inovasi  
system  
sosial,  
masyarakat  
tuli  
beranggotakan  
individu  
saling  
terkait dan  
anggotanya  
dapat  
digolongkan  
kedalam 5  
tipe adopter  
(innovator,  
mayoritas  
awal,  
mayoritas  
akhir,  
kelompok  
tertinggal,  
dan  
kelompok  
kepala  
batu).

---

Pada sub bab ini berisi tentang penjabaran mengenai beberapa penelitian yang selaras dengan penelitian Peneliti, yakni Implementasi Nilai-Nilai Inklusif

terhadap media KamiBijak.com (Studi Deskriptif pada Media daring). Berikut sejumlah penjabaran penelitian terhadulu yang peneliti telah pilih :

Penelitian pertama yang Peneliti jadikan rujukan adalah “Aktivitas Jurnalistik Penyandang Disabilitas di Newsdifabel.com : Studi Kasus Media Online Newsdifabel.com, oleh Chicilian Inge Bernisia, Unibersitas Multimedia Nusantara, 2020. Penelitian ini berangkat dari persoalan bahwa penyandang disabilitas masih dipandang sebelah mata dan masih dianggap sebagai kelompok yang perlu dikasihani terus-menerus. Dalam penelitian ini, Chicilian ingin melihat dan memberikan pemahaman mengenai penyandang disabilitas yang bekerja sebagai wartawan di salah satu media local yaitu Newsdifabel.com. Dalam media tersebut, Chicilian juga ingin melihat bagaimana Newsdifabel.com yang memperkerjakan penyandang disabilitas sebagai wartawan melakukan upaya inklusif dengan memberikan fasilitas yang sama dalam mediana. Penelitian ini menggunakan studi kasus dan media local yang dipilih adalah Newsdifabel.com dengan sebuah alasan wartawan yang bekerja identik dengan penyandang disabilitas. Hasil dari penelitian ini, memberikan pengetahuan baru bahwa media difabel yang mempekerjakan penyandang disabilitas tidak inklusif dalam fasilitas yang diberikan perusahaan media itu sendiri. (Bernisia, 2020)

Penelitian kedua yang dijadikan rujukan adalah “Perilaku Imitasi Pekerja Non Tuli pada Pekerja Tuli (Studi Komunikasi Kelompok di Media KamiBijak)” Oleh Elvina Marcella Wijaya, pada jurnal Universitas Tarumanagara, 2021. Dalam penelitian tersebut, Elvina menjelaskan Manusia dalam melaksanakan kehidupannya tidak dapat terlepas dari komunikasi, salah satunya dalam hal bekerja. Dalam suatu kelompok kerja, dibutuhkan komunikasi yang baik antara pekerja agar dapat menyelesaikan pekerjaan bersama dengan maksimal. Hal ini menjadi sulit jika komunikasi yang dilakukan melibatkan pekerja tuli dan pekerja non tuli. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui perilaku imitasi yang dilakukan pekerja non tuli pada pekerja tuli dalam kelompok kerja di media “KamiBijak”serta hambatan yang dialami dalam melakukan imitasi. Teori yang digunakan dalam penelitian ini adalah teori komunikasikelompok, komunikasi nonverbal, dan imitasi. Penulis menggunakan pendekatan penelitian kualitatif dan metode studi kasus. Data hasil penelitian diperoleh melalui observasi pasif dan wawancara

mendalam dengan lima informan. Hasil penelitian menunjukkan bahwa bentuk imitasi yang dilakukan pekerja non tuli adalah copying behavior karena ketertarikan dan matched-dependent behavior karena adanya motivasi. Bentuk komunikasi nonverbal yang diimitasi oleh pekerja non tuli meliputi kinesik yang terdiri dari gerakan isyarat, ekspresi wajah, kontak mata, serta sentuhan. Lalu, vokalik yaitu menggunakan gerak bibir dengan mengatur kecepatan berbicara, dan proksemik dalam bentuk penggunaan jarak pribadi dalam berkomunikasi. Hambatan yang dialami pekerja non tuli dalam melakukan imitasi adalah gerakan isyarat yang dilakukan pekerja tuli terlalu cepat dan hanya menggunakan satu tangan.

Pada penelitian ketiga yang dijadikan rujukan adalah “Media Online KamiBijak Bagi Penyandang Tunarungu di Panti Disable Gmim Damai Tomohon” oleh Alma N. P. Pitoy, Universitas Sam Ratulangi, Manado, 2021. Dalam penelitian tersebut, Alma menjelaskan kehadiran-kehadiran media online KamiBijak memiliki tujuan untuk memudahkan akses informasi bagi masyarakat Tuli. Namun, respon dari pengikut media online KamiBijak belum maksimal. Di Sulawesi Utara sendiri, masih belum banyak penyandang tunarungu yang menggunakan media online KamiBijak. Sehingga belum nampak manfaatnya bagi penyandang tunarungu. Penelitian ini bertujuan untuk memahami pemanfaatan media online kami bijak oleh penyandang tunarungu, serta mengetahui faktor-faktor penghambatnya. Menggunakan metode penelitian kualitatif, dengan teknik pengumpulan data wawancara dan observasi. Penelitian ini berfokus pada 4 elemen dari teori difusi inovasi oleh Rogers (1995) yaitu inovasi, saluran komunikasi, jangka waktu, system sosial. Dapat disimpulkan bahwa media online KamiBijak merupakan inovasi yang bermanfaat bagi penyandang tunarungu sebagai media informasi dan edukasi, yang disalurkan melalui media sosial, terutama Instagram dan Facebook. Dan tentunya melewati berbagai proses mulai dari pengenalan hingga pada tahap pengadopsian oleh masyarakat Tuli yang kemudian anggotanya dapat digolongkan kedalam 5 tipe adopter yaitu innovator, mayoritas awal, mayoritas akhir, kelompok tertinggal, dan kelompok kepala batu. Setidaknya ada empat hal yang menjadi hambatan dalam proses penggunaan dan pemanfaatan media online KamiBijak, yaitu adanya perbedaan bahasa yang biasa digunakan sehari-hari dengan yang digunakan media online KamiBijak, penyampaian melalui

media video lebih boros kuota, terdapat informasi berita yang kurang up to date dan yang terakhir tidak menampilkan video berita penuh.

## **2.2 Teori dan Konsep**

### **2.2.1 Jurnalisme Inklusif**

Jurnalisme inklusif didefinisikan sebagai seperangkat wacana normative, kebijakan redaksi, dan praktik liputan yang telah berkembang untuk memberikan keragaman suara dalam media. Jurnalisme inklusif juga bisa dikatakan sebagai bagian dari keberagaman suara dalam media. Namun, yang menjadi titik pembeda adalah jurnalisme inklusif memuat liputan berita yang tidak mengandung stigma serta prasangka negative atas pihak yang terlibat dalam berita. Hal tersebut biasa terwujud dalam pemilihan Bahasa dan diksi yang kurang tepat, serta pemuatan foto atau video yang tidak pantas. (Ataza, 2022)

Pada September 2021, UNESCO Jakarta Bersama Universitas Gadjah Mada (UGM) berhasil Menyusun modul yang berjudul “Jurnalisme Inklusif : Liputan Tentang Perempuan, Anak, dan Difabel Selama Pandemi”. Kehadiran jurnalisme inklusif membantu mengeluarkan kelompok rentan dalam pandangan buruk atau semcamnya. Modul tersebut menjelaskan bahwa kelompok rentang cenderung disorot sebagai objek selama masa pandemic, contohnya saja banyak pemberitaan mengenai peningkatan kasus kekerasan dalam rumah tangga (KDRT) terhadap perempuan selama pandemi. (Ataza, 2022)

Selain itu, jurnalisme inklusif dianggap menempatkan kelompok rentan setara, sebagaimana berita tersebut tidak kurang atau lebih. Dalam jurnalisme inklusif, isu kelompok rentan diangkat sebijak mungkin dan tidak memojokkan kelompok tertentu sebagai kelompok lemah yang terasingkan. Jurnalisme inklusif adalah jenis berita yang memberikan pandangan baru (*give me perspective*), yaitu berita lengkap, mendalam, dan memberikan pandangan serta pemahaman kepada pembacanya. (Ataza, 2022)

Bagaimana jurnalisme dalam pemberitaan dapat disebut inklusif adalah dilihat dari, berita yang tidak menyajikan sanjungan berlebihan, tidak memakai istilah halus yang mengaburkan perbuatan buruk, tidak menyudutkan, serta tidak

menggunakan atribut foto bernuansa cabul merupakan bagian dari peliputan berita inklusif. Adapun panduan peliputan anak yang sesuai konvensi hak anak seperti nondiskriminasi, pengambilan keputusan yang terbaik untuk anak. Dengan kata lain, mempertimbangkan apa yang terbaik untuk kelangsungan dan perkembangan anak serta adanya upaya penghargaan terhadap pandangan yang diberikan oleh anak. (Ataza, 2022)

Memiliki pemaknaan dan penjelasan seperti diatas maka jurnalis inklusif bisa dikatan sebagai nilai yang dibutuhkan dikarenakan, menurut (Ataza, 2022) dalam artikelnya yang berjudul “Memulai Langkah Bijak Bersama Jurnalisme Inklusif” menjelaskan bahwa penilaian terhadap berita sangat penting bagi pembaca. Hal ini bertujuan untuk melihat kualitas yang diberikan media kepada konsumennya. Sangat diharapkan bahwa pembaca dapat menyaring, memahami, membedakan setiap berita yang diterima sehingga tidak serta merta mengikuti penilaian dan stigma yang diarahkan dalam berita tersebut.

## **2.2.2 Jurnalisme Online**

### **A. Pengertian Jurnalisme Online**

Jurnalisme online merupakan salah satu penyebaran informasi berupa pesan dengan melalui media berbasis *online* (koneksi internet) dengan mengkorelasikan antara tulisan, audio dan video yang memungkinkan para khalayak bisa mengakses dengan tujuan membaca berita yang telah lampau dipublikasikan, dengan begitu dapat memberikan gambaran di era perkembangan teknologi informasi dan komunikasi mengenai ketergantungan satu jenis media dalam penyampaian informasi (Craig, 2005 dalam Hamidah, 2021)

Perspektif lainnya juga disampaikan oleh (Mawardi, 2012) jikalau jurnalisme *online* itu sendiri bentuk paling baru dari jurnalisme, kekuatan yang dimilikinya berdasarkan peluang dalam publikasi berita dan menyampaikan informasi dengan jangkauan yang lebih besar jika dikomprasikan dengan model jurnalisme konvensional layaknya surat kabar. Deuze menjelaskan kalua jurnalisme konvensional dan jurnalisme *online* tentu memiliki sebuah perbedaan yang cukup mencolok terhadap keputusan jenis baru dari para wartawan cyber.

Rafaeli dan Newhagen turut menyampaikan pula perbedaan utama yang ada pada jurnalisme *online* dan media massa tradisional, yakni :

- 1) Pengabungan dari beragam macam media serta dapat menerapkan jurnalistik di media internet
- 2) Minimnya tirani dari penulis terhadap pembaca
- 3) Tidak bisa dikontrol secara individu terhadap pengendalian perhatian dari pembaca (khalayak)
- 4) Koneksi internet merupakan peranan penting dalam melaksanakan proses komunikasi secara langsung dan terus menerus
- 5) Media internet menjadi sarana untuk proses interaktif secara lingkup sosial

#### **B. Ciri – Ciri Jurnalisme Online**

Richard Craig mengatakan, Jurnalisme online dapat dikatakan berbeda dari media pada umumnya. Secara produksi berita dan kualitas, jurnalisme *online* memberikan fitur dan metode tersebut sesuai dengan kriteria yang baik berdasarkan kedalaman informasi yang sama dengan berita tv, cetak, audio dan video. Hal tersebut dianggap sebagai sebuah keunikan tersendiri dalam mengarahkan para khalayak untuk mulai beralih ke penggunaan situs web atau portal berita yang bertujuan untuk menarik audiens membaca informasi subjek. (Craig, 2005 dalam Hamidah, 2021).

Dalam praktiknya, jurnalisme *online* memiliki beberapa ciri-ciri dan ciri-ciri tersebut adalah sebagai berikut; (Hamidah, 2021)

- 1) Reliabilitas menjadi salah satu perpektif Teknik jurnalistik serta elemen realibilitas memiliki peran penting.
- 2) Jaringan internet menjadi salah satu perangkat keutamaan dalam penggunaan dari media seperti televisi dan surat kabar.
- 3) Konten dalam berita jurnalisme online salah satu yang diperhitungkan mengenai bobot informasi untuk diterima di khalayak luas.
- 4) Berita dinyatakan layak jika dilihat dari isinya yang dinamis sehingga mampu memberikan aktualitas pada produksi pemberitaan

- 5) Aspek kedalaman (*depth*) menjadi yang utama dalam isi berita
- 6) Dalam memproduksi berita, faktor utama yang harus dimiliki adalah kecepatan, dikarenakan demi menciptakan kenyamanan bagi *audiens* terkait informasi yang instan dan cepat.

### C. Prinsip Jurnalisme Online

Dalam kegiatan jurnalistik online, terdapat prinsip yang menaungi aktivitas dan proses tersebut dalam penyampaian informasi lewat website atau portal media. Paul Bradshaw menyatakan, jurnalisme online memiliki lima prinsip dasar yang dikenal dengan nama BASIC (*Brevity, Adaptability, Scannability, Interactivity, Community and Conversation*) sebagai berikut (Bradshaw, 2008 dalam Hamidah, 2021)

#### 1) ● **Brevity (keringkasan)**

Tuntutan yang harus diperhatikan dalam proses pembuatan berita di media online adalah, bagaimana keringkasan dalam memenuhi kebutuhan manusia serta tingkat kesibukannya akan meningkat. Durasi menjadi diperhatikan, dikarenakan pembaca tidak memiliki durasi yang banyak, khususnya dalam membaca, namun memiliki keinginan dalam mengikuti informasi yang *up to date*. Maka dari itu, gaya penulisan yang ringkas, padat serta mengikuti kaidah Bahasa jurnalistik yang secara sederhanalah yang dibutuhkan dalam jurnalisme *online*.

#### 2) **Adaptability (beradaptasi)**

Peran penting dimiliki oleh wartawan khususnya dalam menyesuaikan diri terhadap kebutuhan dan preferensi publik. Seiringan dengan kemajuan teknologi, jurnalis harus menyajikan berita dengan cara membuat berbagai keragaman seperti penyediaan format suara, video, gambar dan aspek lainnya.

#### 3) **Scannability (Pemindaian)**

Jurnalis seharusnya memiliki insiasi dalam proses pemindaian. Dikarenakan proses tersebut akan mempengaruhi terhadap pembaca yang akan terlepas dari paksaan pada saat sedang membaca pemberitaan dan informasi.

**4) Interactivity (interaktif)**

Merupakan akses yang sangat luas jika membicarakan komunikasi yang disampaikan secara public kepada jurnalis. Audiens atau pembaca dianggap sebagai posisi pengguna dengan memiliki hak yang harus dihargai dan senang dalam membaca berita yang ada serta, kolom komentar dan forum bertanya menjadi sebuah saran bagi komunikasi antara pihak internal dengan pembaca.

**5) Conversation and Community (percakapan dan Komunitas)**

Media *online* memiliki gambaran yang cukup besar dari pada media pada umumnya sebagai penjaring komunikasi. Jurnalisme *online* menjadi suatu jawaban timbal balik terhadap interaksi yang dilakukan antara eksternal (public) dengan internal (pihak media).

### **2.2.3 Manajemen Media**

**A. Pengertian Manajemen Media**

Pada dasarnya manajemen didefinisikan sebagai bekerja dengan orang-orang yang menentukan, menginterpretasikan dan mencapai tujuan-tujuan organisasi dengan pelaksanaan fungsi-fungsi manajemen. Manajemen media adalah ilmu yang mempelajari bagaimana pengelolaan media dengan prinsip-prinsip dan seluruh proses manajemennya dilakukan, seperti media sebagai industry yang sifatnya komersial maupun sosial dan media sebagai institusi komersial maupun institusi sosial (Junaedi, 2014). Media sebagai objek pembelajaran yang secara lengkap mempelajari tentang karakteristiknya, posisi dan perannya dalam lingkungan, sistem ekonomi, sosial politik tempat media tersebut berada dan termasuk pula mempelajari tentang perkembangan teknologi yang mempengaruhi media dan diperhitungkan dengan manajemen media.

Manajemen media bisa berasal dari ranah manajemen komunikasi yang didominasi oleh paradigma positivistic, paradigma kritis, dan manajemen media juga mendapatkan pengaruh dari studi media (*media studies*). Studi media merupakan studi yang melihat media sebagai instrument dari kekuatan ekonomi-

politik yang dimana beragam kepentingan mempengaruhi media, sehingga manajemen media sebagai arena pertarungan beragam kepentingan.

Media bisa diibaratkan sebagai makhluk hidup, dimana media tumbuh dan hidup berkembang untuk mempertahankan hidupnya. Jika tidak mampu untuk bertahan hidup media itu pasti akan mati. Proses inilah media memerlukan pengelolaan yang dilakukan dengan menggunakan teori-teori manajemen. Pada dasarnya, manajemen diperlukan bagi segenap lembaga sebab tanpa manajemen segala tindakan dirasa akan percuma dan perolehan maksud hendak menjadi sukar (Rahmayanti, 2020)

Format media yang berbeda menuntut manajemen yang berbeda pula, artinya karakteristik media sangat berpengaruh pada bagaimana media dikelola. Manajemen media pada media cetak akan berbeda dengan media elektronik dan *online*. Perubahan teknologi juga berperan dalam mempengaruhi manajemen media. Maka dari itu, manajemen media memiliki fungsi yang sangat berperan bagi sebuah media

## **B. Fungsi Manajemen Media**

Menurut Tommy Supranto (2009) pada jurnal (Rahmayanti, 2020) menyebutkan setiap kegiatan penyaluran pesan dan informasi ialah kegiatan komunikasi. Andrew F. Sikula dalam Abidin (2015:54) juga menjelaskan bahwa manajemen pada umumnya dikaitkan dengan aktivitas perencanaan, pengorganisasian, pengendalian, penempatan, pengarahan, permotivasi, komunikasi, dan pengambilan keputusan oleh setiap organisasi. Pencapaian tingkat keefektifan kegiatan komunikasi termasuk pencarian, pengumpulan, pemrosesan, dan penyaluran informasi kerap mengutamakan manajemen.

(Junaedi, 2014) juga mengungkapkan bahwa dalam seluruh organisasi, baik organisasi media, fungsi manajemen selalu melekat dalam proses kehidupan organisasi. Maka dari itu, manajemen media memberikan pengetahuan tentang pengelolaan media yang menggunakan prinsip-prinsip manajemen dengan proses manajemen yang bersifat utuh, dimana ini meliputi berbagai fungsi manajemen,

yaitu *planning*, *organizing*, *actuating*, dan *controlling*, yang biasa disingkat dengan fungsi POAC

Keempat fungsi manajemen ini selalu ada dalam praktek manajemen, jika terjadi salah satu diantaranya tidak ada, maka menjadikan manajemen tersebut tidak akan berjalan sesuai dengan fungsinya. Keempat fungsi tersebut akan diuraikan sebagai berikut:

**a) Perencanaan (*planning*)**

Perencanaan menjadi pondasi awal di dalam organisasi media. Karena ketika sebuah media dibangun, pasti pemiliknya telah merencanakan tujuan dari media tersebut dan bagaimana strategi untuk mencapai tujuan tersebut. (Junaedi, 2014) mengatakan bahwa, rencana manajemen media terkait dengan apa yang perlu dilakukan di masa depan, bagaimana ini dilakukan, siapa yang harus melakukannya dan kapan harus melakukan di masa mendatang. Karena fungsi perencanaan selalu berhubungan dengan tujuan organisasi, fungsi perencanaan relevan dengan visi dan misi organisasi. Visi dan misi organisasi menjadi seperti jiwa bagi sebuah organisasi bersangkutan. Dalam organisasi media yang mengarah kebidang bidang bisnis, tentu diarahkan pada melayani konsumen agar mendapatkan khayalak supaya berlangganan media dan pemasang iklan. Visi dan misi tersebut tentu lebih berkaitan dengan kepuasan konsumen (*consumer satisfaction*).

**b) Pengorganisasian (*organizing*)**

Dalam organisasi media penting adanya bisnis ditempatkan di divisi tenaga kerja. Departemen dapat didasarkan pada departemen yang dikelompokkan berdasarkan jenis pekerjaan. Setiap media memiliki departemen yang berbeda tergantung pada tujuan media, kebutuhan, sumber daya dan lingkungan yang tersedia. Seperti media kecil dan jangkauan lokal dengan media besar yang jangkauannya nasional. Setelah pembagian divisi, ada pembagian kerja yang mencakup detail tugas yang diberikan oleh masing-masing individu di organisasi. Dalam hal itu, dibuatlah *job description* (deskripsi pekerjaan) agar lebih mudah dipahami dan dilakukan. Contohnya seperti wartawan yang berkewajiban untuk meliput berita, dan marketing iklan bertanggung jawab untuk mencari pengiklan.

Pekerjaan mencari berita tidak bisa dilakukan marketing iklan, begitu juga wartawan ketika meliput tidak diperkenankan sambil mencari pengiklan agar tidak terjadi berita pesanan dari pengiklan. Jika hal tersebut terjadi, maka akan mengakibatkan adanya kekacauan manajemen di dalam organisasi media tersebut. Ini membuktikan bahwa penting adanya batas-batas dari masing-masing yang harus diatur secara detail dan bersifat operasional sehingga manajemen media akan berjalan dengan sesuai.

**c) Pelaksanaan (*actuating*)**

Pelaksanaan meliputi bagaimana manajer memberi pengarahan dan pengaruhnya pada individu-individu yang ada di dalam organisasi untuk melaksanakan kewajiban sesuai dengan paparan pekerjaannya. (Junaedi, 2014). Tentu pelaksanaan menjadi hal yang penting untuk pencapaian tujuan sebagaimana yang telah tercantum dalam fungsi perencanaan. Visi, misi dan tujuan organisasi tidak akan tercapai jika tidak ada pelaksanaan dari perancangan yang sudah ditetapkan. Untuk itu, pentingnya manajer harus memberikan pengarahan. Namun, pelaksanaan dalam fungsi manajemen tidak bisa dilakukan hanya dengan memberikan pengarahan saja. Perlu adanya dorongan motivasi setiap individu untuk melakukan pekerjaannya secara antusias. Aspek terpenting dalam pengarahan yaitu kemampuan untuk melakukan komunikasi secara efektif. Untuk itu seorang manajer dituntut untuk bisa menyampaikan paparan pekerjaan yang telah di susun dalam fungsi pengorganisasian.

**d) Pengawasan (*controlling*)**

Fungsi terakhir ialah fungsi pengawasan. Namun, pengawasan bukan hanya di lakukan di akhir proses manajemen. Pada dasarnya, pengawasan sudah dilakukan sejak fungsi perencanaan, pengorganisasian dan pelaksanaan. Untuk itulah, sejak fungsi perencanaan, organisasi sudah harus memiliki visi, misi dan tujuan yang akan menjadi pacuan untuk pengawasan. Fungsi pengawasan dilakukan dengan mengevaluasi fungsimanajemen yang dilakukan di dalam organisasi. Fungsi pengawasan juga menjadi fungsi untuk melihat pekerjaan setiap individu dalam organisasi. Pemberian penghargaan (*reward*) bagi individu yang berprestasi karena

telah mampu mencapai tujuan pekerjaannya, dan juga sebaliknya pemberian hukuman (*punishment*) bagi individu yang melakukan pelanggaran atau tidak berhasil mencapai tujuan pekerjaannya. Dalam manajemen media massa, pengawasan menjadi hal penting untuk menjaga kualitas media. Berkurangnya kualitas media menyebabkan rasa ketidakpuasan khayalak yang bisa jadi akan membuat khlayak berpaling pada media massa lain. Dengan adanya pengawasan yang baik, kualitas media akan terjaga sehingga khlayak terpenuhi kebutuhannya dalam mendapatkan informasi.

Dari fungsi-fungsi yang sudah diuraikan, memberi bukti bahwa adanya hubungan saling keterkaitan antara media massa dengan manajemen.

### C. Hubungan Media Massa dengan Manajemen

- Menurut Septiawan Santana (2005:186) Setiap medium pers pasti memiliki organisasi manajemen tertentu. Menurut Mardiani (2012) Lembaga kegiatan media pers bukan saja menciptakan operasi berbentuk berita tetapi pula mencakup profesi tata usaha industry, teknis percetakan atau penghasil tayangan dan atau elektronik, juga pemasaran dan eksplorasi penghasilan melalui advertensi. Djuroto (2004) juga mengungkapkan bahwa dalam memproduksi suatu penerbitan pers, masing-masing bidang mempunyai tanggung jawab yang mana manajemen tersebut harus menciptakan, memelihara, dan menerapkan system kerja yang proporsional. (Rahmayanti, 2020)

#### 2.2.4 Nilai-Nilai Inklusivitas

Inklusif menjadi istilah untuk menggambarkan masyarakat yang memiliki karakter terbuka terhadap keberagaman budaya yang ada dan memiliki rasa toleransi tinggi, serta dapat menerima dan mudah berinteraksi dengan budaya lain. Lebih lanjut, inklusif adalah upaya untuk menempatkan diri ke dalam cara pandang orang lain dalam memandang atau memahami masalah. Inklusif artinya ialah mengajak atau mengikutsertakan. Hal ini mengimplementasikan bahwa sikap ini sangat diperlukan dalam sebuah lingkungan. Selain itu, inklusif artinya adalah

memosisikan diri untuk mengerti semua sudut pandang yang dimiliki oleh orang lain, sehingga bisa mengambil sebuah keputusan yang sama rata, dan tidak menimbulkan kesenjangan sosial. Menjadi seorang yang inklusif artinya mampu mengesampingkan ego diri sendiri dan lebih mengedepankan perasaan serta sudut pandang orang lain. Walaupun dalam pengambilan keputusan tidak selalu berdasarkan sudut pandang orang atau kelompok tersebut. Inklusif merupakan cara untuk membuat hubungan antar manusia menjadi lebih serasi dengan memahami sudut pandang yang berbeda-beda. Jika inklusif bisa diaplikasikan dalam lini kehidupan, maka akan melahirkan kebijakan-kebijakan yang adil untuk semua orang. Inklusif erat kaitannya dengan masyarakat. Seperti yang kita ketahui bersama, manusia adalah makhluk sosial yang tidak bisa hidup sendiri tanpa adanya bantuan dari orang lain. Sikap inklusif menjadi pendekatan untuk membangun dan mengembangkan sebuah lingkungan yang terbuka, mengajak, dan mengikutsertakan semua orang dengan berbagai perbedaan latar belakang, karakteristik, kemampuan, status, kondisi, etnik, budaya dan lainnya. (Ananda, 2022). Beberapa nilai-nilai inklusif yang bisa dijadikan contoh adalah ;

#### **A. Kesetaraan Hak**

Menjadi masyarakat inklusif berarti memiliki sebuah tanggung jawab untuk saling mengupayakan dan menyediakan kemudahan berupa bantuan layanan dan sarana agar masing-masing diantara kita dapat terpenuhi kebutuhannya, melaksanakan kewajiban dan mendapatkan haknya. Secara garis besar semua warga masyarakat diupayakan ketersediaan layanannya, namun dengan catatan, tidaklah semua warga bisa sama, walaupun mereka tinggal dalam satu lingkungan yang sama. Itu dikarenakan sebuah hal bahwa setiap individu dalam masyarakat unik dan berbeda. (Sitoresmi, 2021)

## **B. Peluang Dalam Mengembangkan Diri**

Komunitas dapat menjadi alat meningkatkan posisi tawar bagi para penyandang disabilitas atau difabel jika dikelola secara baik. Sehingga mampu menjadi alat untuk menyuarakan hak-haknya yang selama ini dinilai masih belum sesuai dengan apa yang diharapkan. Adapun media komunitas yang inklusif terhadap penyandang disabilitas yaitu media yang memperdayakan dan memberikan peluang bagi penyandang disabilitas untuk mengembangkan diri yang terbatas. Minimnya aksesibilitas untuk penyandang disabilitas dalam mengakses informasi, Pendidikan, dan ekonomi membuat penyandang disabilitas membatasi kesempatan untuk mengatulisasikan diri. Disisi lain, perkembangan teknologi informasi, khususnya mengatasi banyak keterbatasan yang dihadapi oleh penyandang disabilitas. (Bernisia, 2020)

## **C. Keberagaman Suara**

Keberagaman suara termasuk dalam nilai inklusif juga, membangun sebuah ruang yang inklusi seharusnya menjadi kesadaran bersama, mengingat kita hidup di dalam masyarakat yang beragam. Dalam membangun ruang yang ramah bagi semua kalangan, maka perlu adanya kemauan untuk saling memahami kebutuhan satu sama lain dan bagaimana cara memenuhinya. (Syahbana, 2018) Masyarakat inklusif merupakan kondisi masyarakat di mana masyarakat tersebut bisa menerima segala keberagaman dan perbedaan serta mengakomodasi ke dalam berbagai tatanan maupun infrastruktur dalam kehidupan masyarakat. Dalam masyarakat inklusif, ada beberapa perbedaan seperti suku, agama, ras, dan budaya. Kemampuan dalam menerima dan menghargai perbedaan menjadikan terbentuknya masyarakat inklusif. Masyarakat inklusif tentunya memiliki rasa toleransi yang tinggi dengan menghargai perbedaan yang ada dan tetap bersatu.

## 2.2.5 Media Massa dan Disabilitas

Media berfungsi dalam menyebarkan informasi yang dibutuhkan oleh masyarakat. Tidak hanya itu, media juga berfungsi sebagai pembentuk opini masyarakat dengan berita yang disajikan. (Bernisia, 2020). Bittner (1980) dalam (Mahi, 2018, p.21) komunikasi massa dapat dikatakan sebagai komunikasi massa apabila sebuah pesan yang disampaikan disalurkan oleh media dan diterima langsung oleh khalayak besar. Jika pesan yang disampaikan kepada banyak orang namun tidak menggunakan media massa sebagai medianya, maka itu tidak dapat dikatakan sebagai komunikasi massa. Dalam dunia jurnalistik, dikategorikan menjadi tiga jenis yaitu media cetak seperti koran dan majalan, media elektronik seperti radio dan televisi dan media online. (Mahi, 2018)

Isi dari media massa umumnya terbagi menjadi tiga bagian atau tiga jenis tulisan yang merupakan produk jurnalistik atau jenis-jenis tulisan jurnalistik, sebagai contoh:

1. Berita (*News*)  
Berita adalah tulisan, gambar, audio, atau video berisi informasi atau laporan peristiwa terbaru.
2. Opini (*Views*)  
Opini disebut juga artikel opini adalah tulisan berisi pendapat, analisis, ulasan, atau pemikiran tentang masalah atau isu aktual.
3. Karangan Khas (*Features*)  
Feature adalah tulisan berisi gabungan fakta dan opini yang ditulis dengan gaya Bahasa sastra layaknya cerpen atau novel. Foto dan video bernilai *human interest* termasuk kategori feature. (Romeltea, 2012).

Media massa berbeda dengan media dalam pengertian umum atau secara Bahasa. Sebuah media bisa disebut media massa (*Mass media*) jika memenuhi karakteristik sebagai berikut.

1. Publisitas  
Disebarluaskan kepada public, khalayak, atau bisa diakses dan dikonsumsi umum (orang banyak).
2. Universalitas.

Pesan atau isinya bersifat umum, tentang segala aspek kehidupan dan semua peristiwa di berbagai tempat, juga menyangkut kepentingan umum karena sasaran dan pendengarnya orang banyak (masyarakat umum).

3. Periodisitas

Terbit atau dipublikasikan secara tetap atau berkala, misalnya harian atau mingguan, atau siaran sekian jam per hari. Surat kabar (koran) biasanya terbit harian, tabloid mingguan, dan majalah bulanan.

4. Kontinuitas

Terbit berkesinambungan atau terus-menerus, sesuai dengan periode mengudara atau jadwal terbitnya- harian, mingguan, atau bulanan.

5. Aktualitas.

Berisi hal-hal baru, seperti informasi atau laporan peristiwa terbaru (berita), tips baru, dan sebagainya. Aktualitas juga berarti kecepatan penyampaian informasi kepada publik. (Romeltea, 2012)

Pada dasarnya, setiap media massa memiliki karakteristik masing-masing. Tidak hanya itu, media massa juga memiliki efek terhadap *audience*. Hikmat Mahi dalam bukunya yang berjudul “Jurnalistik: *Literary Journalism*,” mengatakan efek media massa terhadap komunikan terdiri dari efek kognitif, efek afektif, dan efek konatif. Dengan ketiga komponen tersebut akan membentuk *mass behavior* atau sikap komunikan (Mahi, 2018)

1) Efek Kognitif

Dalam komunikasi massa, efek yang akan ditimbulkan adalah efek kognitif di mana pesan yang disampaikan dapat memberikan informasi baru bagi *audience*. Media massa dapat membantu *audience* untuk memperoleh informasi yang bermanfaat atau informasi yang belum pernah dilihat maupun dikunjungi.

2) Efek Afektif (Emosional)

Efek afektif berkaitan dengan perasaan atau emosi. Pesan yang disampaikan tidak hanya memberikan informasi baru, namun juga diharapkan dapat menimbulkan atau mengubah perasaan *audience*.

3) Efek Konatif (Perilaku)

Efek konatif merupakan efek yang meliputi sebuah Tindakan atau perilaku.

Dalam Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 8 Tahun 2016 Tentang Penyandang Disabilitas, disabilitas adalah seorang yang mengalami keterbatasan fisik, intelektual, mental, atau sensori dalam jangka waktu lama dan mengalami hambatan serta kesulitan dalam berinteraksi dengan lingkungan. Perserikatan Bangsa-Bangsa atau PBB menetapkan tanggal 3 Desember sebagai Hari Disabilitas Internasional atau *International Day of Persons with Disabilities*. Menurut integrasi Layanan Rehabilitasi Sosial (Intel Resos), ciri-ciri Penyandang Disabilitas adalah mengalami hambatan dalam bekerja dan tidak mampu memecahkan masalah secara memadai. Sedangkan dalam Undang-Undang Nomor 8 Tahun 2016 pasal 4, ragam penyandang disabilitas meliputi: a. Penyandang Disabilitas Fisik; b. Penyandang Disabilitas intelektual; c. Penyandang Disabilitas mental; dan/atau d. Penyandang Disabilitas sensorik.

Dalam buku *Keberpihakan Media Terhadap Difabel* (Salim, 2018), hasil pertemuan yang diselenggarakan oleh ILO Jakarta dan majalah *Diffa*, menemukan berbagai alasan mengapa jumlah pemberitaan mengenai isu disabilitas sangat minim dan jarang dibahas oleh media.

1. Isu Disabilitas Dianggap Bukan Isu Seksi

Salah satu alasan mengapa isu disabilitas belum menjadi bagian dari salah satu isu kemanusiaan, dikarenakan pemberitaan yang meliputi difabel tidak dianggap seksi untuk diangkat. Hal tersebut membuat para jurnalis menjadi ragu dalam mengangkat isu disabilitas. Padahal isi tersebut merupakan salah satu dari aspek isu kemanusiaan yang harus mendapat perhatian khusus. Isu disabilitas baru akan memiliki sebuah nilai jika jurnalis mampu mengemas isu tersebut dengan menekankan pada etika jurnalistik.

2. Tuntutan Industrialisasi Media

Bagi sebuah media, sebuah *rating* dan *traffic* adalah segalanya, mengingat bagaimana dua aspek tersebut menjadi nyawa dari keberlangsungan “usia” dari media tersebut. Apabila *rating* dan *traffic* mengalami penurunan, maka media yang menaungi akan sulit untuk bertahan. Karena hal tersebut, isu disabilitas jarang sekali mendapatkan tempat, karena isu tersebut kurang memiliki nilai yang mengangkat kedua aspek tersebut.

### 3. Kurang Literasi dan Referensi Disabilitas

Referensi dalam mengangkat sebuah isu sangatlah dibutuhkan oleh jurnalis agar hasil yang disajikan akurat dan sesuai dengan fakta yang ada. Akan tetapi, referensi mengenai disabilitas di Indonesia masih sangat kurang dan ini mempersulit jurnalis dalam menyampaikan isu tersebut.

#### 2.2.6 Media Inklusif

Inklusif berasal dari Bahasa Inggris *inclusive* yang artinya termasuk di dalamnya. Secara istilah berarti menempatkan dirinya ke dalam cara pandang orang lain/kelompok lain dalam melihat, dengan kata lain berusaha menggunakan sudut pandang orang lain atau kelompok lain dalam memahami masalah (Bernisia, 2020)

Komunitas dapat menjadi alat meningkatkan posisi tawar bagi para penyandang disabilitas atau difabel jika dikelola secara baik. Sehingga mampu menjadi alat untuk menyuarakan hak-haknya yang selama ini dinilai masih belum sesuai dengan apa yang diharapkan. Adapun media komunitas yang inklusif terhadap penyandang disabilitas yaitu media yang memperdayakan dan memberikan peluang bagi penyandang disabilitas untuk mengembangkan diri yang terbatas. Minimnya aksesibilitas untuk penyandang disabilitas dalam mengakses informasi, Pendidikan, dan ekonomi membuat penyandang disabilitas membatasi kesempatan untuk mengatulisasikan diri. Disisi lain, perkembangan teknologi informasi, khususnya mengatasi banyak keterbatasan yang dihadapi oleh penyandang disabilitas. (Bernisia, 2020)

#### 2.2.7 Komunikasi Inklusif

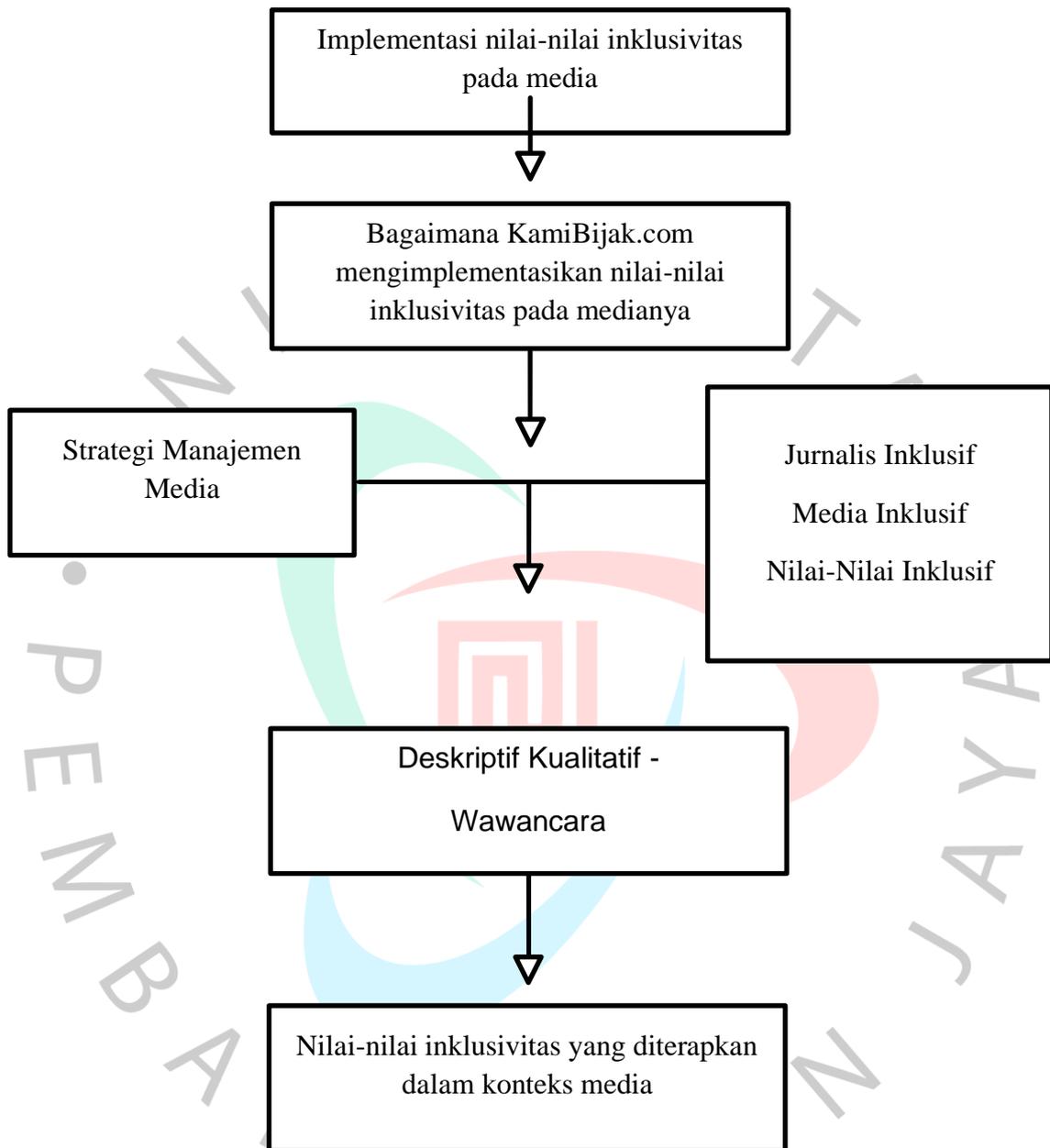
Studi komunikasi mengusulkan sejumlah teori dan model yang menjelaskan bagaimana arus informasi dalam suatu masyarakat. Perhatian terhadap model ini memberikan beberapa jawaban atas peran komunikasi dalam penyebaran informasi organisasi. Sebuah tinjauan literatur terkait dalam komunikasi menunjukkan bahwa, berbagai teori datang bersama-sama untuk memberikan makna yang lebih

luas untuk komunikasi organisasi dan hubungan antara struktur dan saluran yang tersedia. (Emmy, 2018)

Teori dan model komunikasi dan manajemen tertentu seperti; teori *gatekeeping*, teori pembelajaran sosial dan teori sistem terbuka berusaha untuk menggambarkan bagaimana komunikasi terjadi dalam suatu organisasi. Mengingat bahwa komunikasi adalah proses yang melibatkan penciptaan dan berbagi informasi dengan orang lain dengan tujuan mencapai pengertian sesama individu dan saling menguntungkan, model-model ini menegaskan bahwa ada pengaruh selektif berdasarkan hubungan sosial dan kategori sosial menurut, (Botan & Hazleton, 1999). Model tersebut menggambarkan individu sebagai mesin psikologis dengan persepsi dirinya sendiri yang mempengaruhi aliran komunikasi mereka dan berusaha untuk menjelaskan perilaku. (Emmy, 2018)

Menurut Kibe (2014) strategi komunikasi inklusif mendefinisikan proses kategoris untuk memastikan bahwa karyawan dalam suatu organisasi merasa seolah-olah mereka terlibat dalam proses pengambilan keputusan yang mempengaruhi kemampuan mereka untuk melakukan dan mencapai tujuan organisasi. Komunikasi rahasia dalam organisasi menyegel orang keluar dan dengan demikian menciptakan lingkungan yang bermusuhan dan menindas yang mengakibatkan ide dan peluang yang salah tempat atau hilang. Keterlibatan multi-pemangku kepentingan dalam proses komunikasi merupakan faktor penting yang berpotensi mempengaruhi kepuasan pelanggan dan keberhasilan organisasi. (Emmy, 2018)

### 2.3 Kerangka Berpikir



Gambar 1. 1 Kerangka Berpikir

