

## BAB II TINJAUAN PUSTAKA

### 2.1 Penelitian Terdahulu

Tabel 2. 1 *Penelitian Terdahulu*

No	Judul, Penulis, Tahun	Afiliasi Universitas	Metode Penelitian	Kesimpulan	Perbedaan Dengan Penelitian Ini
1	Konten Pariwisata di Situs Berita Nasional Selama Pandemi (Analisis Isi Kuantitatif Berita pada Detik.com, Kompas.com, dan Okezone.com Periode Maret 2020 – Desember 2021) Aisyah Nur Shafa Prasetyo 2022	Universitas Pembangunan Jaya	Analisis Isi Kualitatif	Hasil Penelitian terhadap 294 konten berita pariwisata pada tiga media nasional selama pandemic menunjukkan bahwa soft news masih menjadi jenis berita dominan pada konten berita pariwisata karena adanya tuntutan khusus yang beragam pada rubrik pariwisata. Narasumber dominan adalah dari instansi pemerintah karena kebijakan pemerintah yang memengaruhi sektor pariwisata selama pandemic. Gaya berita yang dominan adalah informatif, sedangkan nilai berita yang dominan adalah nilai berita penting. Hal tersebut selaras dengan dominannya informasi mengenai kebijakan yang dinamis dan perlu segera disampaikan ke masyarakat luas. Nada pemberitaan didominasi oleh nada berita positif.	Penelitian terdahulu memiliki obyek penelitian yaitu pemberitaan mengenai konten pariwisata, sedangkan dalam penelitian ini obyek yang dibahas adalah mengenai fenomena Citayam Fashion Week.
2	Analisis Nilai Berita Pada Pemberitaan Bisnis Portal Bertuahpos.com Ismandianti, Tutut Ismi W, Nur Devitriana 2021	Universitas SamRatulangi Manado	Kualitatif Deskriptif	Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa Bertuahpos telah menerapkan nilai-nilai berita dengan sangat baik. Dari 23 berita yang penulis teliti, setidaknya ada 7 nilai berita yang telah diterapkan oleh	Penelitian terdahulu hanya membahas tentang nilai berita pada satu media online, sedangkan penelitian ini

				Bertuahpos dari 8 nilai berita dari Hariris, Leiter dan Johnson yang menjadi indikator penelitian penulis. 7 nilai berita tersebut adalah aktual, penting, progres, kedekatan, dampak, konflik, dan manusiawi.	membahas mengenai fenomena Citayam Fashion Week di 3 situs berita nasional. Selain itu, penelitian terdahulu menggunakan 8 indikator nilai berita, sedangkan penelitian ini menggunakan 11 indikator nilai berita.
3	Analisis Isi Berita COVID-19 Pada Media Online di Kota Manado Gian K. H., Ferry V.I.A. Koagouw, dan Meity D. H. 2021	Universitas Riau	Analisis Isi Deskriptif	Hasil penelitian menunjukkan bahwa berita pada Voxdoc.id dan Manado Post Online telah memenuhi indikator kelengkapan. Realitas sosial berdasarkan indikator factual didasari fakta sosiologis. Relevansi antara keduanya berdasarkan indikator relevansi menunjukkan bahwa kedua portal media sudah memenuhi relevansi 10 berita sebagai bias media.	Penelitian terdahulu melakukan analisis media Voxdoc.id dan Manado Post Online, sedangkan penelitian ini membahas mengenai fenomena Citayam Fashion Week di 3 situs berita online.

Dalam penelitian ini, terdapat 3 penelitian terdahulu yang digunakan dimana penelitian tersebut mengangkat topik mengenai pemberitaan di media *online* (daring) dengan metode analisis isi. Penelitian pertama berjudul Konten Pariwisata di Situs Berita Nasional Selama Pandemi (Analisis Isi Kuantitatif Berita pada Detik.com, Kompas.com dan Okezone.com Periode Maret 2020 - Desember 2021) milik Aisyah N. S. P. dari Universitas Pembangunan Jaya tahun 2022 mampu menjadi rujukan sehingga bias terselesaikannya penelitian ini. Adapun perbedaan dengan penelitian milik Aisyah penelitian ini membahas mengenai fenomena Citayam Fashion Week bukan mengenai konten pariwisata.

Penelitian kedua berjudul Analisis Nilai Berita pada Pemberitaan Bisnis Portal Bertuahpos.com milik Ismandianti, Tutut, dan Nur dari Universitas Riau tahun 2021. Perbedaan dengan penelitian ini adalah penelitian terdahulu hanya

membahas tentang nilai berita pada satu media online, sedangkan penelitian ini membahas mengenai fenomena Citayam Fashion Week di 3 portal berita *online*.

Penelitian ketiga berjudul Analisis Isi Berita Covid-19 Media Online di Kota Manado milik Gian K.H, Ferry K, dan Meity D. H tahun 2021. Perbedaan yang terdapat dibandingkan penelitian ini adalah penelitian ini menggunakan 3 portal berita *online* yang membahas pemberitaan terkait fenomena Citayam Fashion Week.

## **2.2 Teori dan Konsep**

### **2.2.1. Komunikasi Massa**

Definisi dari komunikasi massa sendiri merupakan sebuah komunikasi yang dilakukan melalui *mass media*, dengan bentuk cetak maupun elektronik. Gerbner mengatakan (dalam Nurudin, 2014) "*Mass Communication is the tehnologically and institutionally based production and messages in industrial societies*". Dari pengertian itu dapat disimpulkan bahwa definisi dari komunikasi massa adalah aliran berita berkelanjutan yang memiliki pengguna paling banyak di komunitas industry yang berasal dari produksi dan distribusi berbasis teknologi dan forum (Nurudin, 2017).

Dari penjabaran diatas dapat diketahui pengertian dari komunikasi massa merupakan sebuah proses dari komunikasi melalui penyebaran informasi ataupun berita untuk masyarakat baik disebar melalui media cetak maupun elektronik seperti televisi, koran, film, radio, serta lainnya. Penelitian ini menggunakan objek berita yang tersebar melalui media elektronik yaitu internet.

### **2.2.2. Fungsi Komunikasi Massa**

Adapun fungsi komunikasi massa antara lain meliputi (Ardianto, 2012),:

#### **1. Fungsi Informasi**

Berarti bahwa media massa berfungsi untuk media penyebaran informasi kepada para pembaca ataupun pendengar. Adapun informasi yang

dibutuhkan oleh khalayak media massa berbeda-beda, tergantung kepentingan masing-masing.

2. Fungsi Pendidikan

Media masa menawarkan berbagai hal bermanfaat sehingga memiliki fungsi pendidikan. Adapun contoh edukasi melalui *mass medi* antara lain pengajaran mengenai etika, moral, nilai serta peraturan bagi para pembaca atau pendengarnya.

3. Fungsi Mempengaruhi

*Mass media* memiliki fungsi untuk mempengaruhi secara tersirat melalui sebuah tajuk/ editorial, *features*, artikel dan juga iklan.

4. Fungsi Menghibur

Media massa memiliki fungsi menghibur yaitu bertujuan untuk menghilangkan kepenatan pembaca atau pendengarnya melalui bacaan ataupun tontonan yang berjenis hiburan.

Konsep komunikasi massa digunakan dalam penelitian ini dikarenakan peranannya yang cukup penting dalam hal penyebaran informasi kepada masyarakat terutama mediaelektronik seperti berita *online*, sehingga dapat memberikan edukasi mengenai fenomena Citayam Fashion Week. Berita mengenai Citayam Fashion Week sendiri memberikan fungsi informasi sekaligus fungsi menghibur kepada masyarakat yang membaca.

### 2.3. Media Online

Media komunikasi massa ialah suatu produk yang berasal dari pers dimana ia memberikan informasi atau pesan kepada masyarakat perihal berbagai fenomena maupun gejala sosial yang sedang terjadi di sekitar meliputi masalah budaya, sosial, politik, dan ekonomi serta sektor-sektor lainnya (West & Turner, 2017).

Berita yang mengandung unsur informasi kini tidak hanya bisa dinikmati melalui media cetak, meliputi majalah, surat kabar, dan lain-lain melainkan juga melalui elektronik seperti tv, radio, internet, terlebih di era digitalisasi dan

globalisasi seperti yang terjadi saat ini. Internet kini dijadikan sebagai saluran penyampaian informasi dengan wilayah jangkauan serta kapasitas yang luas.

Adapun tahapan perkembangan media massa dalam kehidupan yaitu (McQuail & Deuze, 2020):

1. Tahap Pertama yaitu masa dimana terdapat buku dan perpustakaan. Buku yang berkembang pembangunan perpustakaan di berbagai belahan dunia memberikan awal baru untuk perkembangan *mass media*.
2. Tahap kedua adalah ketersediaan media cetak berbentuk Koran. Koran dapat menyajikan informasi factual dengan cepat dan juga instan.
3. Tahap ketiga adalah film yang ditemukan melalui pita seluloid. Film dilihat hanya berfungsi sebagai media hiburan melalui perpektif lama, namun kini film juga dilihat sebagai *mass media* dimana dapat meraih masyarakat lebih luas
4. Tahap keempat adalah penemuan teknologi penyiaran melalui radio dan tv. Adapun ciri-ciri dari tahapan ini yaitu cakupan luas, berteknologi audiovisual, melibatkan kompleksivitas teknologi serta organisasimedia dan juga beragam isi.
5. Tahap kelima adalah perkembangan dalam rekaman music. Berawal dari *phonogrm form*, lalu menjadi pita pita kaset, kemudian sekarang cakram digital mendominasi.
6. Tahap keenam adalah internet ditemukan sehingga memungkinkan interkoneksi antara penggunanya. Tahapan ini memiliki teknologi berbasis komputer.

Definisi *online media* yaitu media dengan sajian karya jurnalistik seperti berita/artikel/*feature* secara daring. Muhtadi mengatakan bahwa *online media* sebagai *mass media* disajikan secara daring melalui (*website*) internet (Muhtadi, 2012). Berdasarkan buku Jurnalistik Suatu Pengantar (Indah, 2014), *online media* merupakan bagian dari *new media* dimana terdapat perbedaan karakteristik dengan media tradisional. Adapun keuntungan *online media* antara lain sebagai berikut:

1. *Audience Control*  
Masyarakat memiliki keleluasaan untuk berita yang dipilih, Audiens berkesempatan untuk dapat memiliki peran dalam memproduksi berita.
2. *Nonlinearity*  
Hal ini memungkinkan para jurnalis dapat lebih fleksible dalam memberikan sajian berita, serta membuat public mudah menentukan informasi yang diinginkannya.
3. *Strong and Retrieval*  
Dimanapun terdapat berita melalui *online media*, maka akan selalutersimpan sehingga memungkinkan pengaksesan kembali oleh public dengan mudah.
4. *Unlimited Space*  
Jurnalisme *online* memudahkan dalam memuat sejumlah berita yang panjang, dengan demikian berita dapat menjadi lebih lengkap untuk disampaikan kepada masyarakat.
5. *Immediacy*  
Jurnalisme *online* memungkinkan berita dapat sampai dengancara cepat melebihi kemampuan *traditional media* serta secara langsung kemasyarakat.
6. *Multimedia Capability*  
Hal ini berbentuk dukungan kepada kinerja redaksi dalam hal penyertaan suara, teks, video, gambar, dan komponen berita lainnya dengan cara bersama an.
7. *Interactivity*  
Jurnalistik *online* juga memudahkan terjadinya peningkatan secara langsung dalam hal partisipasipublik terkait pemberitaan (Rosel, 2017).

Penjabaran di atas memberikan kesimpulan bahwa *online media* merupakan *mass media* dimana terdapat portal berita melalui sambungan internet di dalamnya. Pemanfaatan media massa *online* tentang pemberitaan fenomena Citayam Fashion Week menyajikan informasi secara *online* (daring) serta mampu secara langsung diakses dengan cepat dan juga akurat.

## 2.4. Berita

Sumadiria menjelaskan bahwa definisi dari berita adalah laporan paling cepat terkait fakta terbaru yang menarik, faktual, dan juga penting yang perlu diketahui mayoritas orang melalui beberapa media seperti tv, radio, koran, ataupun media online seperti internet (Suamdiria, 2016).

Adapun struktur berita ditentukan oleh format yang akan ditulis. Struktur piramida terbaik yang meliputi *headline*, *dateline*, *lead*, dan *body* merupakan struktur berita yang paling umum digunakan.

1. *Headline*

Struktur *headline* sering juga disebut dengan judul serta biasanya akan dilengkapi dengan anak judul yang akan membantu para pembaca untuk mengetahui peristiwa yang diberitakan. Selain itu, teknik grafika akan digunakan untuk mendukung kelengkapan dari keunggulan satu berita.

2. *Dateline*

Struktur *dateline* meliputi nama dari media massa, lokasi kejadian, serta tanggal peristiwa. Hal ini memiliki tujuan untuk menunjukkan tempat kejadian serta inisial media massa.

3. *Lead*

Struktur *lead* adalah laporan yang singkat dan sifatnyaklimaks dari suatu laporan kejadian. Agar rasa ingin tahu para pembaca dapat terlengkapi, susunan *lead* perlu disiapkan dengan sangat baik agar menjawab pertanyaan yaitu dirumuskan sebagai 5W+1H (Suhandang, 2016).

4. *Body*

Struktur ini berisikan kejadian yang diceritakan dengan penggunaan bahasa jelas, padat, dan singkat sehingga struktur tubuh berita ini dapat dikatakan adalah pengembangan berita(Mulyadi & Musman, 2017).

Berdasarkan penjelasan di atas terkait berita, dari sini kita dapat menyimpulkan bahwa berita adalah laporan suatu peristiwa dan, tentu saja, berita baik harus struktur berita yang baik. Dalam penelitian ini, berita mengenai Citayam Fashion Week akan diteliti melalui portal media daring yaitu

Kumparan.com, Detik.com dan CNNIndonesia.com dimana ketiganya adalah sebuah media yang menyiarkan pemberitaan secara *online*.

#### 2.4.1. Jenis Berita

Asep Romli mengatakan bahwa terdapat beberapa jenis berita dalam jurnalistik, meliputi (Romli, 2016):

1. Berita langsung (*straight news*)

Jenis berita langsung biasanya ditulis secara singkat namun lugas. Jenis berita ini banyak ditemukan di halaman utama surat kabar. Lalu, jenis berita langsung dapat dikategorikan menjadi 2, yaitu:

- a. *Hard News*: merupakan berita yang berarti sangat penting atau sering dijuluki sebagai berita hangat karena isinya merupakan peristiwa actual yang bisa saja baru terjadi.
- b. *Soft News*: merupakan berita yang menghibur, namun terkadang juga memuat informasi penting. Berita yang dimuat di dalamnya seringkali lebih menarik emosi dibanding dengan akal pikiran.

2. *Indepth News*

Jenis berita ini dikembangkan secara mendalam kemudian disajikan ke masyarakat agar dapat dipahami secara menyeluruh sehingga laporan berisikan kronologis suatu peristiwa.

3. *Investigation News*

Jenis berita ini dikembangkan dengan dasar penelitian melalui berbagai sumber yang diawali dari asumsi bahwa ada suatu yang salah (Mulyadi & Musman, 2017).

Dalam penelitian ini jenis pemberitaan diketahui dengan menghitung frekuensi berbagai jenis berita pada portal media *Online* Kumparan.com, Detik.com, dan CNNIndonesia.com yang menyajikan pemberitaan fenomena Citayam Fashion Week periode Juli-Agustus 2022 dengan dibagi ke dalam 4 kategori tersebut.



## 2.4.2. Sumber Berita

Makna sumber berita adalah sumber informasi yang dapat diteliti untuk menjelaskan suatu peristiwa atau kejadian sebagai sebuah berita yang utuh. Seorang reporter televisi bernama Mark Potter mengatakan sumber berita layaknya kitab suci. Terlebih sebagai seorang wartawan sangat penting memiliki beragam sumber informasi. Wartawan juga perlu tahu dari mana dan dari siapa suatu informasi diperoleh. Alasannya, menulis berita tidak lepas dari fakta dan informasi yang hanya bisa didapat dari sumber berita. (Littlejohn, 2014).

Sumber berita harus dapat dipercaya dengan menyebutkan identitas dari sumber tersebut sehingga dapat dipertanggung jawabkan. Menurut Jonathan, sumber berita terbagi ke dalam tiga kelompok besar meliputi (Damara, 2017):

1. *Paper Trail*: sumber yang berasal dari cetakan atau tulisan yang dapat berupa publikasi media, makalah, ataupun dokumen lainnya.
2. *Electronic Trail*: sumber yang berasal dari perangkat elektronik maupun bersumber dari internet.
3. *People Trail*: sumber yang berasal dari manusia dimana diperoleh dari proses wawancara agar mendapatkan keterangan secara langsung.

Adapun sumber berita yang berasal dari manusia (*people trail*) adalah seseorang atau pihak yang berkontribusi dalam memberikan bahan berita ataupun penyusunannya. Orang yang dimaksud tersebut dapat menjadi narasumber utama yang telah memahami secara penuh mengenai topik berita. Konfirmasi perlu dilakukan terhadap sumber berita ini sehingga akurasi dan juga objektivitas berita dapat terjaga. Untuk menjadikan orang sebagai sumber berita, ditetapkan beberapa kriteria yang harus dipenuhi oleh orang tersebut. Kriteria yang dimaksud antara lain adalah sebagai berikut (Yunus, 2012):

1. Orang tersebut harus memiliki kewenangan terhadap permasalahan yang menjadi berita. Pada penelitian ini penulis mengkategorikan pemerintah sebagai sumber berita.
2. Orang tersebut harus berhubungan secara langsung dengan berita, atau dapat disebut sebagai pelaku. Dalam penelitian ini penulis

mengkategorikan penyelenggara acara sebagai sumber berita.

3. Memiliki kemampuan dalam menginformasikan berita terkait atau orang tersebut merupakan ahli dalam bidang yang diberitakan. Dalam penelitian ini penulis mengkategorikan ahli/intelektual sebagai sumber berita.
4. Orang yang tidak terlibat secara langsung terhadap peristiwa yang diberitakan namun memiliki hubungan kuar dengan orang lain dimana merupakan pihak yang terlibat secara langsung pada peristiwa tersebut. Dalam penelitian ini penulis mengkategorikan masyarakat sebagai sumber berita.

### **2.4.3. Gaya Berita**

Menurut Aisyah (2022), gaya pemberitaan dapat dikategorikan menjadi dua, antara lain adalah informatif dan persuasi. Gaya pemberitaan informatif merupakan gaya berita dimana kalimat yang digunakan harus jelas dan komunikatif sehingga dapat langsung dimengerti pembacanya. Adapun gaya berita persuasi berarti kalimat berita yang digunakan membuat para pembaca merasa tertarik dan terbujuk untuk mengikuti.

Penelitian ini salah satunya bertujuan untuk melihat gaya pemberitaan pada 3 portal media *online* Kumparan.com, Detik.com, dan CNNIndonesia.com dalam memberitakan fenomena Citayam Fashion Week periode Juli-Agustus 2022 dengan menetapkan 2 kategori, yaitu informatif atau persuasi.

### **2.4.4. Nilai Berita**

Menurut Khoirul Muslimin, terdapat sebelas indikator dari nilai berita yang dapat dijadikan sebagai acuan mengenai kelayakan suatu peristiwa untuk diliput atau untuk diberitakan. Adapun indikator nilai berita tersebut antara lain sebagai berikut (Muslimin, 2019):

1. Keluarbiasaan: ditandai dengan pemberitaan mengenai sesuatu yang tidak lazim sehingga membuat pembaca merasa penasaran terhadap berita tersebut.

2. Penting: ditandai dengan pemberitaan mengenai suatu peristiwa penting ataupun sesuatu yang menyangkut kepentingan orang banyak sehingga memiliki makna yang penting bagi para pembaca.
3. Akibat: ditandai dengan pemberitaan mengenai suatu peristiwa yang memiliki dampak terhadap masyarakat luas.
4. Aktual: ditandai dengan berita peristiwa, kejadian atau kondisi yang akan atau baru saja terjadi
5. Kedekatan: ditandai dengan berita tentang suatu peristiwa yang secara geografis, psikologis atau ideologis dekat dengan masyarakat.
6. Informasi: ditandai dengan pemberitaan yang memuat suatu informasi secara jelas sehingga dapat menghilangkan ketidakpastian yang terjadi di masyarakat.
7. Konflik: ditandai dengan pemberitaan mengenai konflik atau suatu pertentangan.
8. Orang Penting: ditandai dengan pemberitaan yang memuat orang penting seperti *public figure*, pemerintah, tokoh terkemuka, serta lain sebagainya.
9. Ketertarikan Manusiawi: ditandai dengan pemberitaan yang menggugah minat public seperti tentang kemanusiaan sehingga dapat menyentuh emosi para pembacanya.
10. Kejutan: ditandai dengan pemberitaan yang memuat mengenai peristiwa tak terduga ataupun suatu berita yang berharga.
11. Seks: ditandai dengan pemberitaan yang memuat hal-hal yang berhubungan dengan seks, seperti berita mengenai perselingkuhan pejabat dengan seorang artis, ataupun berita mengenai kekerasan seksual.

Kehadiran nilai berita menjadi elemen dan kriteria yang digunakan sebagai parameter untuk menilai apakah suatu isi pemberitaan layak dilaporkan dan dipublikasikan atau tidak. Peneliti bermaksud untuk mengetahui nilai berita yang terdapat pada pemberitaan mengenai fenomena CFW di portal media daring Kumparan.com, Detik.com, dan CNNIndonesia.com periode Juli-Agustus 2022.

### 2.4.5. Nada Berita

Penelitian mengenai konsep pada portal berita *online* secara empiris dapat dilakukan dengan melihat nada pemberitaan. Dalam suatu pemberitaan terdapat kecenderungan nada pemberitaan meliputi positif, netral, ataupun negatif. Pemberitaan dikatakan bernada positif jika berita tersebut menonjolkan unsur pujian, dukungan, serta pendapat yang positif. Pemberitaan dikatakan bernada netral apabila mengandung informasi dari dua sisi. Sedangkan suatu pemberitaan dikatakan bernada negatif jika mengandung keluhan, sindiran, serta unsur protes di dalamnya (Rahmani, 2014).

Konsep nada berita digunakan peneliti untuk memberikan gambaran mengenai kecenderungan arah pemberitaan fenomena Citayam Fashion Week pada portal berita daring Kumparan.com, Detik.com, dan CNNIndonesia.com periode Juli-Agustus 2022 dengan parameter positif, netral, atau negatif pada setiap berita.

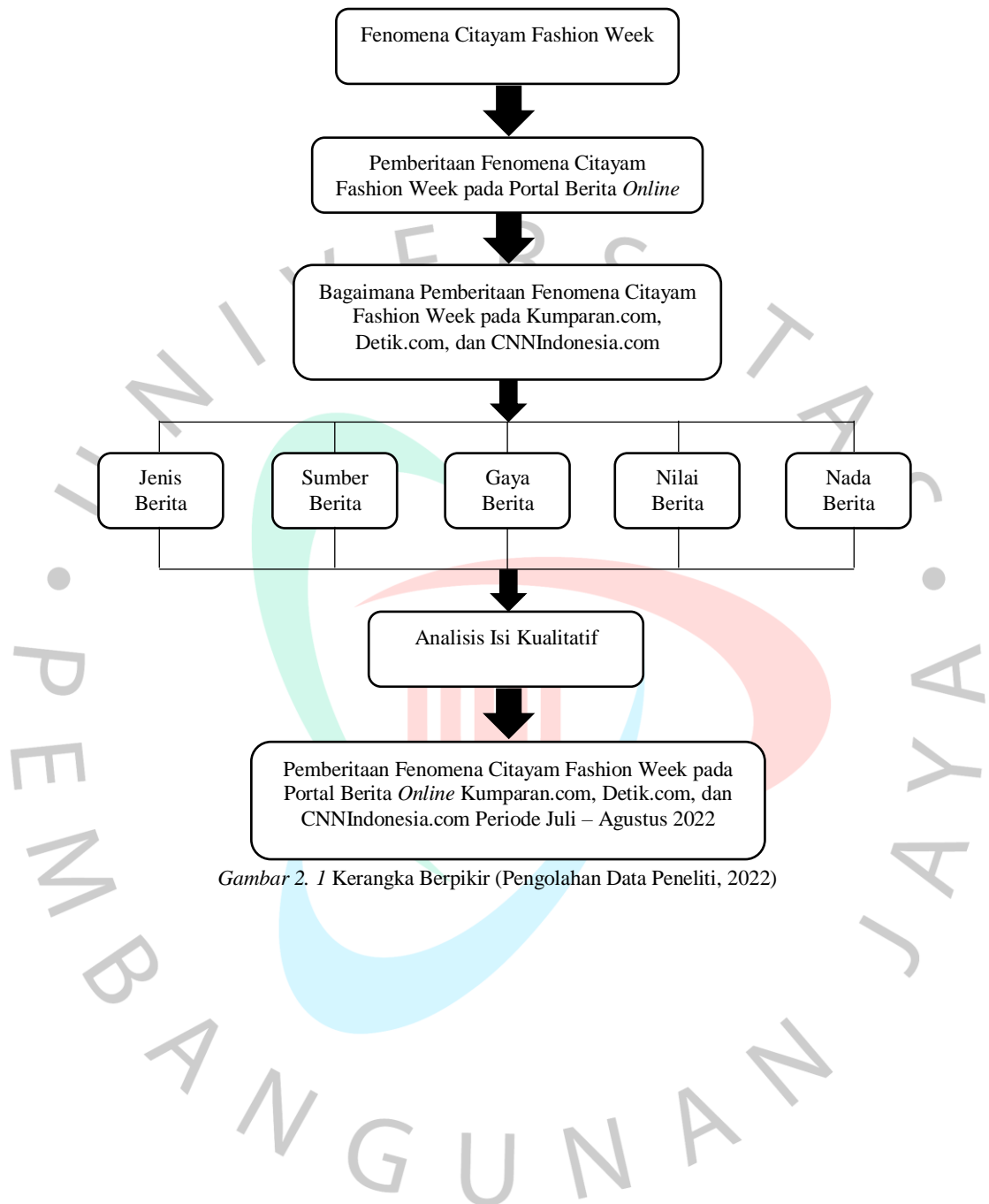
### 2.5. Indikator dan Definisi Operasional

Tabel 2. 2 Indikator dan Definisi Operasional

No	Kategori	Indikator	Definisi Operasional
1	Jenis Berita	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. <i>Hard News</i></li> <li>2. <i>Soft News</i></li> <li>3. <i>Indepth News</i></li> <li>4. <i>Investigation News</i></li> </ol>	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Merupakan berita yang berarti sangat penting atau sering dijuluki sebagai berita hangat karena isinya merupakan peristiwa actual yang bisa saja baru terjadi.</li> <li>2. Merupakan berita yang menghibur, namun terkadang juga memuat informasi penting. Berita yang dimuat di dalamnya seringkali lebih menarik emosi dibanding dengan akal pikiran.</li> <li>3. Jenis berita ini dikembangkan secara mendalam kemudian disajikan ke masyarakat agar dapat dipahami secara menyeluruh sehingga laporan berisikan kronologis suatu peristiwa.</li> <li>4. Jenis berita ini dikembangkan dengan dasar penelitian melalui berbagai sumber yang diawali dari asumsi bahwa ada suatu yang salah.</li> </ol>
2	Sumber Berita	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Pemerintah</li> <li>2. Penyelenggara</li> <li>3. Ahli/Intelektual</li> <li>4. Masyarakat</li> </ol>	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Orang yang memiliki kewenangan terhadap permasalahan yang menjadi berita.</li> <li>2. Orang yang berhubungan secara langsung dengan berita, atau dapat disebut sebagai pelaku.</li> <li>3. Orang yang memiliki kemampuan dalam menginformasikan berita terkait atau orang tersebut merupakan ahli dalam bidang yang diberitakan.</li> <li>4. Orang yang tidak terlibat secara langsung terhadap peristiwa yang diberitakan namun memiliki hubungan kuar dengan orang lain yang terlibat secara langsung dalam peristiwa tersebut.</li> </ol>
3	Gaya Berita	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Informatif</li> </ol>	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Merupakan gaya berita dimana kalimat yang digunakan</li> </ol>

		2. Persuasif	<p>harus jelas dan komunikatif sehingga dapat langsung dimengerti pembacanya.</p> <p>2. Kalimat berita yang digunakan membuat para pembaca merasa tertarik dan terbujuk untuk mengikuti.</p>
4	Nilai Berita	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Keluarbiasaan</li> <li>2. Penting</li> <li>3. Akibat</li> <li>4. Aktual</li> <li>5. Kedekatan</li> <li>6. Informasi</li> <li>7. Konflik</li> <li>8. Orang Penting</li> <li>9. Ketertarikan Manusiawi</li> <li>10. Kejutan</li> <li>11. Seks</li> </ol>	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Pemberitaan mengenai sesuatu yang tidak lazim sehingga membuat pembaca merasa penasaran terhadap berita tersebut.</li> <li>2. Pemberitaan mengenai suatu peristiwa penting ataupun sesuatu yang menyangkut kepentingan orang banyak sehingga memiliki makna yang penting bagi para pembaca.</li> <li>3. Pemberitaan mengenai suatu peristiwa yang memiliki dampak terhadap masyarakat luas.</li> <li>4. Pelaporan berita terkait peristiwa, insiden atau kegiatan yang telah terjadi atau baru saja terjadi</li> <li>5. Diceritakan dengan pemberitaan suatu peristiwa yang secara geografis, psikologis, atau ideologis dekat dengan masyarakat.</li> <li>6. Pelaporan isi berita dengan informasi yang jelas untuk menghilangkan ketidakpastian di masyarakat</li> <li>7. Pemberitaan mengenai konflik atau suatu pertentangan.</li> <li>8. Pemberitaan yang memuat oran penting seperti public figure, pemerintah, tokoh terkemuka, serta lain sebagainya.</li> <li>9. Pemberitaan yang menggugah minat public seperti tentang kemanusiaan sehingga dapat menyentuh emosi para pembacanya.</li> <li>10. Pemberitaan yang memuat mengenai peristiwa tak teduga ataupun suatu berita yang berharga.</li> <li>11. Pemberitaan yang memuat hal-hal yang berhubungan dengan seks.</li> </ol>
5	Nada Berita	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Positif</li> <li>2. Netral Negatif</li> </ol>	<ol style="list-style-type: none"> <li>2. Menonjolkan unsur pujian, dukungan, serta pendapat yang positif.</li> <li>3. Mengandung informasi dari dua sisi.</li> <li>4. Mengandung keluhan, sindiran, serta unsur protes di dalamnya.</li> </ol>

## 2.6. Kerangka Berpikir



Gambar 2. 1 Kerangka Berpikir (Pengolahan Data Peneliti, 2022)