

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Media terus mengalami perkembangan dengan mengikuti arus jaman yang semakin canggih, terlebih dengan ditemukannya internet. Penemuan internet yang dilakukan dengan menghubungkan antara satu komputer dengan komputer lainnya yang terhubung dengan membentuk jaringan atau yang biasa disebut dengan World Wide Web atau WWW. Keberadaan internet semakin dimanfaatkan oleh berbagai kalangan saat ditemukannya *website* atau situs *web*. Situs *web* merupakan keseluruhan halaman-halaman *web* yang terdapat dalam sebuah domain yang mengandung informasi. Sedangkan domain ialah nama unik yang dimiliki oleh sebuah perusahaan atau lembaga atau organisasi yang bisa diakses melalui internet (Yuhefizar, *dkk.*, 2009: 2).

Media baru atau media online menjadi salah satu media yang kini banyak digandrungi oleh masyarakat, tidak terkecuali masyarakat di Indonesia. Mengutip Mariatna (2014: 2), penetrasi penggunaan internet di Indonesia mencapai puncaknya pada medio 2010 dan jumlah angka pengguna internet di Indonesia per akhir tahun 2012 mencapai 61.08 juta pengguna, hal tersebut mengalami kenaikan sekitar 10 persen dibandingkan pada tahun sebelumnya yakni tahun 2011. Meski angka tersebut masih berkisar 25 persen dari jumlah total penduduk di Indonesia, namun dapat dipastikan angka penetrasi tersebut akan mengalami kenaikan di setiap tahunnya.

Media baru atau media online sendiri adalah persilangan dari teknologi komunikasi yang memberikan pengguna media yang memiliki fungsi sebagai alat komunikasi antar manusia atau disebut juga media interaktif, dimana media memungkinkan partisipasi aktif baik dari pengirim pesan maupun penerima pesan. Media online sendiri dapat dikatakan sebagai media “generasi ketiga” setelah media cetak (*printed media*) yakni koran, tabloid, majalah, buku-dan media elektronik (*electronic media*) yakni radio, televisi, dan film/video (Romli, 2012: 30). Istilah “Online” sendiri merupakan bahasa yang berasal dari internet yang memiliki arti bahwa informasi dapat diakses kapan saja dan dimana saja dengan menggunakan koneksi yang terhubung internet.

Perkembangan media online memiliki kaitan dengan praktik jurnalistik, sehingga memunculkan istilah “*Online Journalism*” atau jurnalistik online. Jurnalistik online sendiri muncul tidak lepas dari penemuan teknologi internet yang dikembangkan dengan menggunakan teknologi nirkabel (*wireless*) sehingga memudahkan proses jurnalistik atau kinerja dari seorang wartawan.

Tanggal 17 Januari 1998 disebut-sebut sebagai awal mula sejarah lahirnya jurnalistik online, yakni ketika Mark Druge (editor situs kumpulan berita Amerika Serikat) mempublikasikan kisah perselingkuhan Presiden Amerika Serikat, Bill Clinton, dengan Monica Lewinsky (Monicagate) di website *Drudge Report*, setelah sebelumnya majalah *Newsweek* dikabarkan menolak untuk memuat kisah skandal seks hasil investigasi Michael Isikoff. Sehingga semua orang yang mengakses internet segera mengetahui rincian cerita “monicagate” yang juga dikenal dengan sebutan “Monica Scandal” dan “Sexgate” tersebut (Romli, 2012: 19).

Perkembangan media online sendiri juga terjadi di Indonesia, dimana pada saat berakhirnya era pemerintahan Orde Baru yang dipimpin oleh Presiden Soeharto, mengumumkan pengunduran dirinya pada tanggal 21 Mei 1998. Berita pengunduran diri Soeharto tersebut tersebar luas melalui *mlist* (mailing list) yang sudah mulai dikenal luas di kalangan aktivis demokrasi maupun mahasiswa. Dengan berkumandangnya gema reformasi pasca peristiwa tersebut, beragam media online pun bermunculan, seperti detik.com, bidik.com, mandirionline.com, dan berpolitik.com, yang disebut-sebut sebagai “pionir” dalam berdirinya jurnalistik online di Indonesia (Romli, 2012: 20). Dengan semakin berkembangnya teknologi seperti saat ini membuat praktik jurnalistik online menjamur, tidak terkecuali pers mahasiswa.

Penerbitan yang dilakukan pers mahasiswa sejatinya dilakukan dengan menggunakan media konvensional terutama media cetak, karena penyampaian berita yang dilakukan dirasa lebih mendalam dan investigatif sehingga pembaca mendapatkan informasi yang dibutuhkan. Sehingga terkesan mengesampingkan penerbitan berita yang dilakukan secara online, karena melihat realita dalam media online, dimana perkembangan teknologi dalam kegiatan pers atau jurnalistik ini memberikan gambaran bahwa jurnalistik online “tidak mengenal” tenggat waktu (*deadline*) sebagaimana yang dikenal pada media cetak. *Deadline* bagi jurnalistik online-dalam pengertian “publikasi paling lambat” adalah “beberapa menit bahkan detik” setelah kejadian berlangsung (Romli, 2012: 14). Sehingga

memunculkan asumsi bahwa kecepatan terbitnya suatu berita merupakan salah satu komponen penting dikarenakan mobilitas publik yang lebih mudah dalam mengonsumsi berita.

Menurut Foust (seperti dikutip Romli, 2012: 16) dalam bukunya yang berjudul *Online Journalism: Principles and Practices of News for The Web*, jurnalisme online memiliki karakteristik yang membedakannya dengan media konvensional yakni sebagai berikut:

“*Audience Control*, dimana *audience* atau pembaca dapat lebih leluasa dalam memilih berita yang mereka sukai, selanjutnya *nonlinearity*, dimana berita yang disampaikan dapat berdiri sendiri sehingga *audience* tidak harus membaca secara berurutan untuk dapat memahaminya. Kemudian *storage and retrieval* yakni berita atau informasi yang tersimpan atau tersipikan dapat diakses kembali dengan mudah oleh *audience*, selanjutnya *unlimited space* dimana jumlah berita yang dipublikasikan jauh lebih lengkap dibandingkan dengan media lainnya. *Immediacy* dimana informasi atau berita dapat disampaikan secara cepat dan sesegera mungkin kepada *audience*, dan terakhir yakni *interactivity* dimana memungkinkan peningkatan partisipasi dari *audience* dalam setiap berita yang dipublikasikan.” (Romli, 2012: 16).

Berdasarkan penjabaran diatas terdapat salah satu karakteristik yang sering diperdebatkan, yakni *immediacy* atau kecepatan dalam penyampaian informasi. Dalam hal ini karakteristik tersebut perlahan-lahan mulai mengikis proses detail dari berjalannya kinerja pers atau jurnalistik. Jurnalisme online yang kerap menjadi sorotan karena dianggap mengorbankan nilai akurasi, *fairness*, kelengkapan dan imparialitas demi mengejar kecepatan sehingga dianggap mengesampingkan prinsip-prinsip dalam jurnalistik yang bersifat fundamental yaitu kelengkapan, *fairness*, dan verifikasi dalam pemberitaannya (Margiyono, 2012: 26). Oleh karenanya menjadi hal yang diperdebatkan bahwa jurnalisme online ini memunculkan anggapan bahwa dalam praktiknya terkesan mengejar akurasi atau kecepatan berita pada saat diterbitkan tanpa melakukan pengulasan isu yang lebih mendalam.

Untuk meminimalkan perihal keraguan yang terdapat dalam praktik jurnalisme online, maka dibutuhkan manajerial atau yang biasa dikenal dengan sebutan manajemen redaksi dalam lingkup jurnalistik. Berbicara mengenai manajerial dalam pers sendiri memiliki tatanan, atau struktur yang terdapat pada pers, baik pers umum maupun mahasiswa. Puncak hirarki tertinggi dalam organisasi pers tersebut yakni Pemimpin Umum, kemudian membawahi tangga hirarki setelahnya yakni Pemimpin Redaksi dan

Pemimpin Perusahaan. Sedangkan Redaktur Pelaksana merupakan kedudukan ketiga dalam struktur organisasi pers, dan kemudian wartawan atau reporter berada setelahnya sebagai eksekutor dalam pencarian berita (Kusumaningrat, 2005: 72-73).

Dalam tatanan hirarki organisasi pers, masing-masing memiliki tanggung jawab tersendiri. Redaktur Pelaksana adalah eksekutif yang bertugas mengawasi pelaksanaan peliputan berita atau boleh disebut juga kapten regu dalam pemberitaan. Ia bertanggung jawab atas penyajian berita-berita yang berimbang dan lengkap tentang berita-berita utama. Pemimpin Redaksi bertanggung jawab atas operasi redaksional secara keseluruhan, dan tidak termasuk ke dalamnya berkaitan dengan pengelolaan iklan, sirkulasi, dan administrasi, karena hal tersebut merupakan tanggung jawab dari Pemimpin Perusahaan. Pemimpin Perusahaan memiliki tanggung jawab untuk mengelola operasi-operasi yang bersangkutan dengan administrasi, keuangan perusahaan dan pemasaran. Sedangkan untuk Pemimpin Umum sendiri biasanya adalah pemilik organisasi (untuk pers umum) atau orang yang ditunjuk untuk memimpin organisasi pers tersebut (Kusumaningrat, 2005: 72-73).

Yogyakarta sendiri merupakan salah satu daerah yang memiliki beberapa pers mahasiswa yang aktif dari masa orde lama, hingga sampai sekarang. Kehadiran persma tersebut untuk mengawal setiap kebijakan dan permasalahan yang terjadi pada setiap masanya, tidak hanya kebijakan dan permasalahan yang ada pada lingkup universitas saja, tetapi juga menjadi jembatan penghubung bagi masyarakat terkait kebijakan dan permasalahan yang terjadi di Indonesia. Karena pers mahasiswa seperti yang dikutip dari Utomo (2013: 6) bahwa pers mahasiswa yang merupakan jurnalisme penantang (*adversary journalism*) maka pers mahasiswa harus menempatkan diri sebagai oposisi pada kekuasaan. Beberapa contoh pers mahasiswa yang terdapat di Yogyakarta sendiri yakni *Arena* UIN Sunan Kalijaga, *Balairung* UGM, *Ekspresi* UNY, *Pendapa* UST, *Himmah* UII, dan lain sebagainya.

Secara tidak langsung pemberitaan pers mahasiswa harus mengikuti hal tersebut untuk dapat terus bereksistensi. Sehingga pers mahasiswa membuat portal berita online, sebagai langkah untuk dapat menjadi jembatan penghubung informasi bagi seluruh lapisan masyarakat di Indonesia. Sebagai contoh Lembaga pers mahasiswa *Balairung* Universitas Gadjah Mada (UGM) memiliki portal berita online dengan alamat www.balairungpress.com dan berdiri sejak tahun 2007, lembaga pers mahasiswa *Ekspresi*

Universitas Negeri Yogyakarta (UNY) memiliki portal berita online dengan alamat www.ekspresionline.com yang muncul sejak tahun 2009, dan Lembaga Pers Mahasiswa *Himmah* Universitas Islam Indonesia (UII) yang memiliki portal berita online dengan alamat www.lpmhimmahuii.org yang muncul sejak 11 Juni 2010.

Pemilihan ketiga pers mahasiswa itu melihat dari sejarah atau kontribusi dari ketiga pers mahasiswa yang disebutkan sebelumnya dalam mengawal kebijakan-kebijakan yang dikeluarkan oleh pemerintahan baik pada masa pemerintahan Orde Lama maupun pemerintahan di masa Orde Baru. Masing-masing pers mahasiswa yang menjadi objek penelitian memiliki sekap terjang dalam sejarah pers di Indonesia terkhusus pers alternatif lantaran tulisan-tulisan lantang yang mengkritisi kebijakan pemerintahan nan kaya akan gagasan intelektual pada saat itu untuk dapat memperjuangkan kehidupan masyarakat yang layak. Bahkan tidak sedikit pers mahasiswa yang mengalami pembredelan ketika mengeluarkan pemberitaan yang ditujukan kepada pemerintah seperti contoh yang terjadi pada pers mahasiswa *Vokal* IKIP PGRI Semarang, *Dialogue* FISIP Universitas Airlangga Surabaya, *Arena* IAIN Sunan Kalijaga Yogyakarta, dan *Focus Equilibrium* FE Universitas Udayana Bali (Fathoni, 2012: 70).

Namun pemilihan ketiga pers mahasiswa di atas karena melihat sejarah dan kontribusi yang diberikan oleh masing-masing pers mahasiswa pada masanya dalam melawan rezim yang represif, terlebih LPM Balairung UGM dan LPM Himmah UII yang memiliki catatan tersendiri dengan turut serta berpartisipasi dalam berdirinya Perhimpunan Pers Mahasiswa Indonesia (PPMI) yang sebelumnya memiliki nama Ikatan Pers Mahasiswa (IPMI) yang berdiri di Universitas Brawijaya, Malang pada tanggal 17 Oktober 1992 (Fathoni, 2012: 55).

Ketiga pers mahasiswa tersebut menjadi pilihan sebagai representasi dari pers mahasiswa dalam lingkup universitas yang memiliki portal berita online, sehingga memunculkan pertanyaan bagaimana manajemen redaksional yang dilakukan dalam praktik jurnalisme online yang dilakukan seperti yang terdapat pada portal berita online *balairungpress.com* lembaga pers mahasiswa Balairung Universitas Gadjah Mada (UGM), *ekspresionline.com* milik lembaga pers mahasiswa Ekspresi Universitas Negeri Yogyakarta (UNY), dan *lpmhimmahuii.org* milik lembaga pers mahasiswa Himmah Universitas Islam Indonesia (UII).

B. Rumusan Masalah

Untuk memperjelas masalah yang akan dibahas maka peneliti menitik beratkan pada rumusan masalah yakni bagaimana perbandingan manajemen redaksional portal berita online dalam pemberitaan Lembaga Pers Mahasiswa Balairung (LPM) UGM, Lembaga Pers Mahasiswa (LPM) Ekspresi UNY, dan Lembaga Pers Mahasiswa Himmah (LPM) UII? Dan apa saja karakteristik media online yang terdapat pada masing-masing portal berita online LPM Balairung UGM, LPM Ekspresi UNY, dan LPM Himmah UII?

C. Tujuan Penelitian

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui perbandingan manajemen redaksional portal berita online dalam pemberitaan Lembaga Pers Mahasiswa (LPM) Balairung UGM, Lembaga Pers Mahasiswa (LPM) Ekspresi UNY, dan Lembaga Pers Mahasiswa (LPM) Himmah UII dan mengetahui karakteristik media online yang terdapat pada portal berita online LPM Balairung UGM, LPM Ekspresi UNY, dan LPM Himmah UII.

D. Manfaat Penelitian

1. Manfaat Teoritis

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan pengetahuan tentang manajemen redaksional portal berita online dalam penyampaian berita terutama dalam ruang lingkup lembaga pers mahasiswa dan menjadikan landasan untuk penelitian selanjutnya terkait permasalahan manajemen redaksional pada penggunaan portal berita online.

2. Manfaat Praktis

a. Untuk Objek Penelitian

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat kepada masing-masing lembaga pers mahasiswa untuk dapat mengembangkan konten berita yang terdapat pada portal berita online terkait perbandingan manajemen redaksional pada masing-masing lembaga pers mahasiswa.

b. Untuk Masyarakat

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat kepada masyarakat untuk mendapatkan informasi tambahan terhadap pemberitaan yang diberikan oleh lembaga pers mahasiswa terhadap suatu permasalahan yang terjadi sehingga mendapatkan referensi atau pandangan berbeda dari media umum.

E. Tinjauan Pustaka

1. Penelitian Terdahulu

Berdasarkan penelusuran pustaka yang dilakukan, peneliti menemukan beberapa skripsi yang mengangkat tentang bagaimana sebuah produk jurnalistik yang dihasilkan dengan menggunakan manajemen redaksional yang dilakukan oleh sebuah komunitas atau bukan dari media profesional. Penelitian pertama yang dilakukan oleh Asef Dwi Nugroho mahasiswa jurusan Ilmu Komunikasi Fakultas Komunikasi dan Informatika Universitas Muhammadiyah Surakarta pada tahun 2014 dengan melakukan penelitian berjudul "*Proses Pengambilan Kebijakan Redaksional Dalam Pemberitaan Persis Solo di Pasoepati.Net Tahun 2013*". Penelitian ini mengangkat tentang tidak berimbangnya pemberitaan olahraga dalam kategori sepakbola terhadap klub sepakbola Persis Solo pasca munculnya dualisme kompetisi di tahun 2011 yakni Indonesia Super League (ISL) dan Indonesia Primer League (IPL) yang mengakibatkan Kota Solo memiliki 2 klub sepakbola dengan menggunakan nama yang sama yakni Persis Solo. Pasoepati.Net merupakan media *website* bagi masyarakat Kota Solo atau "Pasoepati" julukan bagi fanatisme dari Persis Solo untuk dapat mengakses berita dan informasi terbaru seputar Persis Solo. Permasalahan yang muncul adalah bagaimana pemberitaan yang tidak berimbang dimana Persis Solo yang mengikuti kompetisi IPL lebih banyak diberitakan lantaran Persis Solo yang mengikuti kompetisi ISL dikarenakan prestasi yang didapatkan oleh Persis Solo yang mengikuti kompetisi IPL memiliki prestasi yang lebih baik dibanding Persis Solo versi ISL. Hal inilah yang menyebabkan permasalahan lantaran pemberitaan yang dilakukan oleh Pasoepati.Net haruslah berimbang dan bersifat objektif, tidak memihak maupun menitik beratkan kepada satu pihak saja (Nugroho, 2014: 7).

Penelitian kedua yakni penelitian yang dilakukan oleh Antonia Adeg Aery P. mahasiswa jurusan Ilmu Komunikasi Fakultas Ilmu Sosial Dan Ilmu Politik Universitas Atma Jaya Yogyakarta pada tahun 2014 dengan melakukan penelitian berjudul “*Jurnalisme Sensitif Gender Dalam Media Online Berkonten Khusus (Studi Kasus Penerapan Jurnalisme Sensitif Gender dalam Kebijakan Redaksional Swara Nusa Perkumpulan Keluarga Berencana Indonesia)*”. Penelitian ini mengangkat tentang bagaimana Swara Nusa yang didirikan oleh Perkumpulan Keluarga Berencana Indonesia melihat praktik jurnalistik yang ada, baik dalam menjalankan organisasi maupun dalam melakukan pemberitaan selama ini masih mengandung bias gender. Sehingga Swara Nusa melalui produknya yakni portal berita *online* konten khusus menyoroti para pelaku media di Indonesia dengan mengusung isu kesehatan seksual dan reproduksi sebagai isu utama agar dapat mengubah *mindset* para pelaku media untuk dapat berbicara lebih ramah mengenai permasalahan gender (Ery, 2014: 2).

Selanjutnya penelitian ketiga yakni penelitian yang dilakukan oleh Ina Salmah Febriani mahasiswa Jurusan Komunikasi Dan Penyiaran Islam Fakultas Ilmu Dakwah Dan Ilmu Komunikasi Universitas Islam Negeri Syarif Hidayatullah Jakarta pada tahun 2010 dengan melakukan penelitian berjudul “*Analisis Deskriptif Manajemen Redaksi Pada Republika Online*”. Penelitian ini mengangkat tentang bagaimana Republika sebagai salah satu organisasi media Islam di Indonesia mempertahankan eksistensinya dengan membuat media online yakni *Republika Online* yang dapat diakses melalui www.republika.co.id. Perkembangan teknologi informasi akan terus berlanjut, oleh karenanya hal yang harus dilakukan adalah dengan memanfaatkan perkembangan teknologi tersebut. Hal itulah yang mendasari Republika sebagai langkah untuk dapat terus bertahan di dalam industri media di Indonesia dengan menghadirkan Republika versi *online* dengan menjalani fungsi manajemen redaksional secara independen (Febriani, 2010: 4).

Kemudian penelitian keempat adalah penelitian yang dilakukan oleh Achmad Yani mahasiswa jurusan Komunikasi dan Penyiaran Islam Fakultas Ilmu Dakwah dan Ilmu Komunikasi Universitas Islam Negeri Syarif Hidayatullah Jakarta pada tahun 2011 dengan melakukan penelitian

berjudul “*Kebijakan Redaksional Annida Online pada Kanal Citizen Journalism*”. Penelitian ini mengangkat tentang permasalahan bagaimana kebijakan redaksional dari Annida Online (dulu adalah majalah Annida) dimana pada salah satu kanal dari portal online tersebut terdapat kanal *citizen journalism*, dimana warga (non-wartawan) dapat terlibat atau berpartisipasi dalam memberikan informasi dengan mengirimkan tulisan kepada redaksi dari Annida Online dan kemudian untuk dapat diakses melalui kanal tersebut sehingga tulisan berita dari aktifitas *citizen journalism* tersebut dapat menjadi motivasi baru bagi para pembaca untuk dapat turut berpartisipasi aktif dengan mengirimkan tulisan yang serupa (Yani, 2011: 3).

Kemudian penelitian kelima yakni penelitian yang dilakukan oleh Dyas Mulyani Benazir mahasiswa jurusan Komunikasi Penyiaran Islam Fakultas Ilmu Dakwah Dan Ilmu Komunikasi Universitas Islam Negeri Syarif Hidayatullah Jakarta pada tahun 2015 dengan melakukan penelitian berjudul “*Kebijakan Redaksional Situs Berita Detikcom Pada Jejaring Sosial Twitter*”. Penelitian ini mengangkat tentang bagaimana detikcom mendapatkan berita-berita terbaru yang akan di-*update* pada jejaring sosial twitter, kemudian memilih berita yang layak untuk dimasukkan atau tidak ke dalam akun twitter detikcom yang semuanya dilakukan oleh tim redaksi dari detikcom. Tidak hanya itu, apabila ada berita yang salah atau ada masyarakat yang ingin memberikan berita, saran dan masukan melalui akun twitter tersebut bagaimana pengelolaan yang dilakukan oleh tim redaksi dari detikcom lantaran situs berita detikcom bergantung pada koneksi internet 24 jam dalam memberikan berita (Benazir, 2015: 4).

Secara garis besar tinjauan pustaka yang telah penulis sebutkan sebelumnya memiliki persamaan dalam subjek penelitian, yakni media *online*. Penelitian yang telah disebutkan di atas mengangkat tentang bagaimana manajemen redaksional yang dilakukan dalam sebuah media *online* dengan berbagai macam subjek penelitian seperti *Pasoepati.Net*, *Swara Nusa*, *Republika Online*, *Annida Online*, dan *Detikcom*. Namun perbedaan pada penelitian yang peneliti angkat terdapat pada objek penelitian, yakni *media online yang dikelola oleh komunitas atau non profesional* dalam hal ini yakni pers mahasiswa.

2. Kerangka Teori

a. Media baru dan Konvergensi Media

Penggunaan internet yang semakin luas di seluruh dunia membuat media-media konvensional, seperti media cetak dan media elektronik untuk dapat mengikuti perubahan tersebut. Sejak akhir abad ke-20 hingga awal abad ke-21, terdapat perubahan yang terjadi dalam memperoleh berita. Menurut Fidler seperti dikutip Prihartono (*Jurnal Program Studi Ilmu Komunikasi UAD*, Vol.4, No. 1, April 2016: 109) mengungkapkan bahwa konvergensi industri media dan teknologi digital mengarah pada bentuk-bentuk komunikasi yang saat ini dikenal dengan komunikasi multimedia dimana komunikasi multimedia tersebut menghasilkan bentuk dari komunikasi yang beragam dengan ditunjang dari penggunaan fasilitas internet.

New Media atau media baru dapat diartikan sebuah terminologi untuk menjelaskan konvergensi antara teknologi komunikasi yang terhubung dengan layanan komputerisasi (ICT) serta terhubung ke dalam jaringan digital. Menurut Lievrouw and Livingstone (seperti dikutip Mariatna, 2014: 9-10) media baru diartikan sebagai berikut :

“In the that new media is made possible through ICT that can best be understood as ‘infrastructures’: Infrastructures with three key components: artefacts or devices used to communicate or convey information; the activities or practices in which people engage to communicate or share information; and the social arrangements or organizational forms that develop around those devices and practice.”

Bedasarkan pengertian di atas, *new media* atau media baru dapat diartikan sebagai infrastruktur yang terdiri dari tiga bagian. *Pertama*, perangkat yang digunakan untuk berkomunikasi atau menyampaikan informasi, *kedua*, aktivitas yang digunakan oleh orang-orang untuk berbagi informasi, *ketiga*, susunan sosial atau bentuk organisasi yang mengembangkan perangkat-perangkat dari aktivitas tersebut (Mariatna, 2014: 9).

Van Dijk (seperti dikutip Wulandari, 2016: 12) menjelaskan bahwa kelahiran media baru yang lebih interaktif mendorong adanya perubahan bentuk komunikasi masyarakat dunia dari masyarakat massa menuju masyarakat jaringan. Masyarakat massa yang komponen utamanya adalah kolektivitas massa (grup/kelompok yang mengorganisasi individu) yang memiliki ruang lingkup lokal, dan menjadi pengguna media konvensional, kemudian telah berkembang menjadi masyarakat jaringan di mana komponen utamanya adalah individu yang terhubung dalam jaringan, mencakup skala global (global dan lokal), serta dominan menggunakan banyak media yang bersifat interaktif.

Menurut McLuhan (Seperti dikutip Mariatna, 2014: 10), mengungkapkan bahwa saat ini proses komunikasi yang terjadi di seluruh dunia bersifat global sehingga disebut dengan *Global Village* atau desa global, dimana menjelaskan bahwa tidak ada lagi batas waktu dan tempat untuk mendapatkan informasi dari berbagai belahan dunia, karena informasi tersebut dapat diperoleh dalam waktu yang singkat dengan menggunakan teknologi internet. Sehingga proses komunikasi yang terjadi pada saat itu juga dan dapat terhubung dengan media tersebut untuk melakukan proses komunikasi secara berkelanjutan.

Media baru memungkinkan adanya akses tanpa batas, kapan saja, dan dimana saja untuk dapat dinikmati dengan menggunakan perangkat apapun. Perangkat yang digunakan untuk mendukung adanya tindakan *feedback* atau umpan balik secara langsung, berbagai partisipasi kreatif, dan banyaknya komunitas yang bermunculan dalam mengiringi konten-konten media. Makswarie (2016: 17) mengungkapkan hal mendasar yang memunculkan adanya media baru ini dikarenakan siklus kedinamisan dari konten media baru dan hubungannya yang interaktif dengan pengguna sehingga siklus media baru ini menghasilkan sifat *realtime*.

Menurut Li dan duPlessis (seperti dikutip Mariatna, 2014: 12) Para analis industri melihat konvergensi media sebagai gejala-gejala tenggelamnya “media lama” (media cetak) dan terbitnya “media

baru” yang diasosiasikan dengan penerbitan digital. Industri-industri media melihat hal ini sebagai peluang untuk memperluas jangkauan ekonominya dengan memasuki lingkungan *new media* melalui merger, akuisisi, dan kemitraan strategis di antara perusahaan media. Ketersediaan multimedia (audio, video, foto, gambar, dan teks) dalam konvergensi media telah memungkinkan terjadinya pengembangan konten-konten baru bagi perusahaan media.

b. Pers Mahasiswa

Pers mahasiswa atau pesma merupakan salah satu kegiatan jurnalistik dalam tatanan universitas, dimana mahasiswa merupakan motor penggerak utama dalam berjalannya kegiatan jurnalistik ini. Persma sendiri dianggap sebagai salah satu media yang memiliki sifat oposisi dalam mengawal atau mengkaji setiap permasalahan yang terjadi di Indonesia, baik itu permasalahan sosial-politik, ekonomi, dan permasalahan lainnya dengan menggunakan berbagai macam tulisan-penerbitan dan gagasan kritis yang dikembangkan.

Menilik sejarah, persma di Indonesia memiliki dua lembaga atau wadah yang menaungi persma secara nasional yakni IPMI (Ikatan Pers Mahasiswa Indonesia) pada masa kurun waktu 1958 hingga sampai dengan 1992 dan PPMI (Perhimpunan Pers Mahasiswa Indonesia) yang terbentuk pada tahun 1992 hingga sampai sekarang. Menurut Fathoni (2012: 1) persma sendiri merupakan salah satu pergerakan mahasiswa, namun berbeda dengan pergerakan mahasiswa lainnya yang mengerahkan massa untuk turun ke jalan, persma lebih memilih bergerak dalam bidang penulisan dimana berbagai tulisan kritis dan penerbitan alternatif sepanjang sejarah konsolidasi demokrasi dan wacana kebangsaan melawan rezim yang represif dan sentralistik.

Berbagai perlawanan yang dilakukan oleh pers mahasiswa terhadap kebijakan-kebijakan yang dikeluarkan oleh pemerintah merupakan salah satu bentuk wujud nyata dari arah gerakan mahasiswa ini. Fathoni (2012: 28) mengatakan “pers mahasiswa sering disebut sebagai jurnalisme penantang (*Adversary*

Journalism) karena sikapnya yang anti otoritas untuk menentang kekuasaan, baik di dalam maupun di luar kampus”. Dengan menggunakan model Jurnalisme Struktural sebagai bentuk perjuangan. Yakni sebuah perjuangan yang berawal dari meja redaksi kemudian beralih menuju pelatihan, forum diskusi sampai melakukan mimbar bebas demi meneriakkan perlawanan, serta menumbuhkan gerakan mahasiswa (Supriyanto, 1998: 76). Seperti pada masa pemerintahan rezim Soeharto yang mencetuskan kebijakan NKK/BKK atau Normalisasi Kehidupan Kampus/Badan Koordinasi Kemahasiswaan yang dibentuk untuk memecah pergerakan mahasiswa yang massif hingga sampai melakukan pembredelan terhadap organisasi pers mahasiswa terkait pemberitaan yang ditujukan kepada pemerintah.

Seperti pada contoh pembredelan yang terjadi kepada empat pers mahasiswa, yakni *Vokal* IKIP PGRI Semarang pada 1992, *Dialogue* Fakultas Ilmu Sosial Politik (FISIP) Universitas Airlangga (Unair) Surabaya pada 1993, *Arena* Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Sunan Kalijaga Yogyakarta pada 1993, dan *Focus Equilibrium* Fakultas Ekonomi (FE) Universitas Udayana Bali pada 1993. Bahkan tidak hanya pers mahasiswa saja yang mengalami pembredelan, namun juga pers umum seperti contoh *Tempo*, *Detik*, dan *Editor* (Fathoni, 2012: 71). Pembredelan tersebut terjadi karena pemberitaan yang dilakukan oleh pers mahasiswa dan pers umum yang dianggap melakukan penekanan kepada pemerintah.

Berdasarkan hal tersebut, maka upaya depolitisasi dilakukan untuk melemahkan persma. Pers mahasiswa dicitrakan anarkis-oposisional, pers mahasiswa dangkal analisa, pers mahasiswa tidak akademis dan harus ilmiah, tidak profesional dan sebagainya. Paska pencitraan terhadap pers mahasiswa tersebut, maka pers mahasiswa digiring melalui cara-cara pembinaan. Bahkan *Majalah Politika FISIP Unas* Edisi Nomor 8/9 Oktober-Desember 1985 memuat:

“Pers Mahasiswa tidak boleh kritis. Tidak boleh bicara politik, dia harus mendekam dibalik dinding-dinding kampus saja. Siapa bilang begitu? Gejolak mudanya usia, latar belakang keilmuan yang dimiliki serta kepekaan sosialnya, justru menuntut

pers mahasiswa “tampil lain” dari pers umum lainnya.” (Fathoni, 2012: 70:71).

Setelah runtuhnya rezim Soeharto pada 21 Mei 1998, kegiatan pers yang dulunya terkekang oleh pemberitaan yang ditujukan kepada pemerintah baik itu pers umum maupun pers mahasiswa atau persma kini telah mengalami kebebasan. Kebebasan disini dalam arti kebebasan untuk mengeluarkan pendapat, kebebasan berekspresi, dan lainnya yang diimplementasikan dalam bentuk pemikiran, gagasan, maupun tulisan sebagaimana layaknya kegiatan jurnalistik yang tidak dapat dilakukan pada rezim Soeharto karena represifitas yang begitu tinggi. Hal tersebut juga tidak hanya berlaku bagi pers umum, namun juga berlaku pers mahasiswa dalam melakukan praktik jurnalistiknya. Pers mahasiswa dalam pengertian sederhana adalah pers yang dikelola oleh mahasiswa (Siregar, 1983: 2). Pers mahasiswa yang digerakkan oleh mahasiswa sebagai pelaku utama menjalankan kegiatan jurnalistik mahasiswa ini. Ciri khas yang terletak dalam pers mahasiswa ini sendiri yakni idealisme kemahasiswaan yang dimiliki, dimana idealisme tersebut merupakan landasan dalam setiap melaksanakan kegiatan kemahasiswaannya, baik itu berpikir, maupun bertindak secara nyata, dalam lingkup pers mahasiswa itu.

Menurut Utomo (2013: 9) bahwa pers mahasiswa merupakan sebuah organisasi mahasiswa berbasis idealisme dimana pers mahasiswa berbeda dengan pers umum. Perbedaannya adalah pers umum yang memiliki sifat *profit oriented* atau mendapatkan keuntungan karena pers umum berkecimpung dalam industri media, dimana pers umum untuk dapat mempertahankan eksistensinya dengan membayar wartawannya sebagai imbalan atas kinerja yang dilakukannya. Sehingga memaksa pers umum untuk bisa mendapatkan keuntungan yang sebesar-besarnya. Sedangkan pers mahasiswa bukanlah organisasi yang bekerja dengan rasionalitas ekonomi. Pers mahasiswa menerapkan sifat sukarela dalam menjalankan kegiatan jurnalistiknya.

Menurut Dulay (seperti dikutip Utomo, 2013: 10), sifat kesetiakawanan dan sukarela menjadi pedoman dasar dalam pers mahasiswa, karena tidak ditunggangi oleh kepentingan pemilik modal, sehingga independensi dari pemilik modal memunculkan pemikiran, gagasan dan tulisan yang kritis, inovatif, analitis, obyektif, dan kaya ide.

Etos pers mahasiswa yang dimiliki di Indonesia sendiri adalah *Adversary Journalism* (jurnalisme menantang) seperti yang diungkapkan Utomo (2013: 6) pers mahasiswa menempatkan diri sebagai oposisi kepada kekuasaan, hal ini bisa dipahami karena pers mahasiswa sendiri secara langsung dikelola oleh mahasiswa, oleh karenanya hal yang dilakukan oleh pers mahasiswa yakni memperjuangkan dirinya sendiri.

c. Manajemen Redaksional Pada Media Online

Manajemen yang berasal dari bahasa Inggris yakni *management* memiliki arti memimpin, mengatur, dan mengelola. Dalam kaitan dengan organisasi, manajemen merupakan proses suatu organisasi untuk dapat memimpin, mengatur dan mengelola sumber daya yang ada dalam organisasi tersebut. Berdasarkan pengertian sebelumnya maka dapat diartikan bahwa manajemen merupakan cara sistematis untuk melakukan suatu pekerjaan di sebuah organisasi yang umumnya berkaitan dengan kerja tim (*team work*) untuk mencapai tujuan tertentu yang ingin dicapai (Handoko, 2003: 8).

Begitu pula dengan manajemen yang terdapat pada organisasi pers, dimana manajemen yang dilakukan yakni untuk pelaksanaan praktik jurnalistik dengan melakukan kerja tim untuk mendapatkan berita yang layak untuk kemudian diberikan kepada audiens. Menurut Pareno (2003: 46) definisi manajemen redaksional adalah penerapan fungsi-fungsi manajemen melalui tindakan-tindakan *planning*, *organizing*, *actuating*, dan *controlling* dalam pengelolaan materi pemberitaan.

Menurut Fink (Seperti dikutip Juwairiyah, 2008: 10) dalam memproduksi pemberitaan yang berkualitas, kekuatan dan daya tarik sebuah media cetak dimata pembaca terletak pada berita dan informasi yang disajikan. Sebelum berita dan informasi tersebut disajikan sebelumnya terlebih dahulu melalui proses tahapan yang dilakukan oleh departemen redaksional dan menjadi tanggung jawab dari departemen redaksional. Adapun tahapan yang dilakukan yakni:

1) *Planning* / perencanaan

Berita yang baik adalah hasil dari perencanaan yang baik. Proses pencarian dan pelaporan berita dimulai dari ruang redaksi melalui rapat redaksi atau rapat perencanaan berita. Dalam rapat redaksi, setiap reporter atau wartawan mengajukan usulan untuk melakukan liputan.

2) *Organising* / pengorganisasian

Menurut Effendy (Seperti dikutip Juwairiyah, 2008: 11) tahap pengorganisasian dalam manajemen redaksional adalah penyusunan struktur organisasi dan pembagian tugas pekerjaan serta penempatan orang berikut jabatannya di dalam struktur organisasi.

Pada proses redaksional terdapat *staffing* yang berfungsi untuk melaksanakan aktifitas redaksional. Fungsi *staffing* adalah menempatkan orang-orang yang terlibat langsung ke dalam unit kerja bidang redaksional.

3) *Actuating* / penggerakan

Tahap penggerakan dalam manajemen redaksional adalah aktifitas yang menggerakkan orang-orang beserta fasilitas penunjangnya untuk mencapai tujuan yang telah ditentukan yaitu menghasilkan produk jurnalistik, aktifitas tersebut meliputi peliputan, penulisan, dan penyuntingan berita.

4) *Controlling* / pengawasan

Tahap pengawasan dalam manajemen redaksional adalah kegiatan untuk mengetahui apakah pelaksanaan kerja bidang redaksional telah sesuai dengan rencana semula atau tidak. Tahap pengawasan ini juga merupakan kinerja penting dalam proses berjalannya kegiatan pers karena memiliki tujuan untuk mengevaluasi dari hasil produk berupa berita dan informasi yang telah disebar.

Pendapat yang dikemukakan Fink diatas adalah manajemen redaksional yang dilakukan pada pengelolaan media konvensional. Fink secara terperinci dan detail menyebutkan berbagai elemen dalam sebuah media yang perlu diperhatikan dalam pengelola media yang berkaitan dengan kebijakan redaksional. Namun, pendapat Fink tersebut tidak sepenuhnya dapat diterapkan pada pengelolaan media *online*.

Hal tersebut dikarenakan media online yang memiliki keunggulan untuk mampu menyajikan informasi secara cepat dan terkini, sehingga berita dari reporter harus segera dipublikasikan seperti contoh berita yang terdapat pada portal berita online *detik.com* penulis yang menerima informasi melalui telepon langsung mempublikasikan naskah berita yang memiliki unsur penting untuk diberikan kepada audiens, sehingga terkesan tidak melaksanakan proses manajemen redaksional secara mendetail (Anggoro, 2012: 138).

Media *online* sendiri merupakan media komunikasi yang memanfaatkan perangkat internet untuk dapat memberikan informasi kepada khalayak. Dengan menggunakan internet tersebut media online memiliki ciri khas untuk dapat menyampaikan berita secara cepat dan terkini kepada khalayak. Sehingga media online dianggap lebih unggul dibandingkan dengan media elektronik baik radio maupun televisi (Suryawati, 2014: 46).

Adanya pemanfaatan internet tersebut berimplikasi pada beberapa perubahan ruang lingkup manajemen redaksional seperti yang dikemukakan oleh Fink diatas. Seperti contoh hal yang berkaitan dengan riset-riset dalam media *online*, proses jurnalistik (seperti *deadline*, editing, dan produksi), rubrikasi isi, desain dan visualisasi media. Seperti contoh publikasi berita yang dilakukan dalam media online dapat dipublikasikan langsung pada saat itu juga tanpa harus menunggu rampungnya produksi media seperti yang dilakukan dalam media cetak (Mariatna, 2014: 13).

Lebih lanjut desain dan visualisasi media *online* yang ditampilkan ke dalam portal berita online yang dimiliki oleh penggiat media, bisa berubah setiap saat tergantung pada perubahan isi yang bisa berubah-ubah karena selalu di *update* mengikuti perkembangan. Mengutip Mariatna (2014: 13) salah satu ciri khas dari media online yakni kapasitas informasinya yang tak terbatas, maka media *online* bisa menyediakan bank data, arsip, referensi, dan sumber-sumber lain yang berkaitan dengan berita, dengan menggunakan fasilitas yang dimiliki dengan menggunakan alat bantu pencarian (*search engine*).

Dari penjabaran di atas, dapat disimpulkan bahwa manajemen redaksi media massa pada umumnya sama. Namun, yang membedakan dalam manajemen redaksi media *online* adalah media *online* menggunakan kecepatan. Manajemen redaksi media *online* dapat didefinisikan sebagai proses antar orang yang merupakan satu kesatuan secara efektif dalam sebuah organisasi media massa (*online*) dalam fungsi perencanaan, pengorganisasian, pengarahan, pengawasan, pengembangan, kompensasi, integrasi, dan pemeliharaan orang-orang (*staff*) untuk mencapai tujuan atau sasaran yang hendak dicapai (Febriani, 2010: 24).

Mengutip Suryawati (2014: 122-123) untuk lebih mudah memahami perbedaan teknis antara media konvensional dan media *online* maka dibuatlah tabel seperti di bawah ini

Unsur	Media Cetak	Media Online
Pembatasan panjang naskah	Biasanya panjang naskah telah dibatasi, misalnya 5 hingga 7 halaman kuarto diketik 2 spasi	Tidak ada pembatasan panjang naskah, karena halaman web bisa menampung naskah yang sepanjang apapun. Namun demi alasan kecepatan akses, keindahan desain, dan alasan-alasan teknis lainnya, perlu dihindarkan penulisan naskah yang terlalu panjang
Prosedur naskah	Naskah biasanya harus di-ACC oleh redaksi sebelum dimuat.	Sama saja. Namun ada sejumlah media yang memperbolehkan wartawan di lapangan yang telah dipercaya untuk meng- <i>upload</i> sendiri tulisan-tulisan mereka.
<i>Editing</i>	Kalau sudah naik cetak (atau sudah di-film-kan pada proses percetakan), tak bisa diedit lagi.	Walaupun sudah <i>online</i> , masih bisa diedit dengan leluasa. Tapi biasanya, <i>editing</i> hanya mencakup masalah-masalah teknis, seperti merevisi alah ketik,

dan seterusnya

Tugas *desainer* dan *layouter* Tiap edisi, *desainer* atau *layouter* harus tetap bekerja untuk menyelesaikan desain-desain pada edisi tersebut.

Desainer dan *programmer* cukup bekerja sekali saja, yakni di awal pembuatan situs *web*. Selanjutnya, tugas mereka hanya pada masalah-masalah *maintenance* atau ketika perusahaan memutuskan untuk mengubah desain dan sebagainya. Setiap kali redaksi meng-*upload* naskah, naskah itu akan langsung “masuk” ke desain secara otomatis.

Jadwal terbit Berkala (harian, mingguan, bulanan, dua mingguan, dan sebagainya).

Kapan saja bisa, tidak ada jadwal khusus, kecuali untuk jenis-jenis tulisan/rubrik tertentu.

Distribusi Walau sudah selesai dicetak, media tersebut belum bisa langsung dibaca oleh khalayak ramai

Begitu di-*upload* setiap berita dapat langsung dibaca oleh semua orang di seluruh dunia yang

sebelum melalui proses distribusi memiliki akses internet.

Tabel 1.1 Perbedaan Teknis Media Konvensional dengan Media Online

d. Jurnalisme Online

Pesatnya perkembangan teknologi seperti saat ini dengan hadirnya media baru atau media *online* memunculkan konvergensi media yang dapat didefinisikan sebagai arus atau aliran konten yang terjadi di berbagai platform media. Pengertian tersebut dapat diartikan bahwa audiens memiliki peran krusial dalam membentuk dan mendistribusikan konten (Mariatna, 2014: 1).

Menurut Mariatna (2014: 1) kemunculan konvergensi media memiliki kaitan yang erat dengan jurnalisme dikarenakan di dalam konvergensi media sangat terikat dengan perubahan dari ruang berita. Semakin besar perubahan yang terjadi maka media akan memunculkan konten yang semakin banyak dan beragam. Terlebih dengan adanya internet, berita yang semakin mudah didapat, penyebarannya yang cepat dan luas, perkawinan antara media konvensional dengan kehadiran media baru menghasilkan sistem kerja dan pengolahan berita baru yang dikenal dengan praktik jurnalisme online.

Jurnalisme online sendiri merupakan kegiatan jurnalistik berupa pelaporan fakta yang dilakukan dengan menggunakan internet. Jurnalisme online dalam praktiknya dicirikan sebagai praktik jurnalistik yang mempertimbangkan beragam format media (multimedia) untuk menyusun isi pelaporan berita sehingga memungkinkan munculnya interaksi antara jurnalis dengan audiens yang menghubungkan berbagai elemen berita dengan sumber-sumber online yang lain (Romli, 2012: 14).

Mengutip Yani (2011: 26-27) jurnalisme online memiliki beberapa karakteristik yakni,

- Sifatnya yang real time, berita maupun peristiwa-peristiwa bisa langsung dipublikasikan pada saat kejadian sedang berlangsung, dan dari sisi penerbit atau industri media, mekanisme publikasi bersifat real time tersebut lebih leluasa tanpa terbatas oleh perodesasi atau jadwal penerbitan atau siaran, dan cukup menggunakan jaringan internet maka penerbit dapat mempublikasikan berita maupun peristiwa-peristiwa yang sedang terjadi tersebut kapan saja dan dimana saja.
- Menyertakan unsur-unsur multimedia membuat jurnalisme online mampu menyajikan bentuk dan isi publikasi yang lebih kaya ketimbang jurnalisme di media konvensional.
- Bersifat interaktif. Dengan memanfaatkan *hyperlink* yang terdapat pada web, karya-karya pada jurnalisme online dapat menyajikan informasi yang terhubung dengan sumber-sumber lain. Hal ini menyimpulkan pengguna/pembaca dapat menikmati informasi secara efisien dan efektif namun tetap terjaga dan didorong untuk mendapatkan pendalaman dan titik pandang yang lebih luas- bahkan sama sekali berbeda.
- Tidak membutuhkan organisasi berikut legal formalnya untuk menunjukkan ia adalah lembaga pers. Bahkan dalam konteks tertentu organisasi tersebut dapat dihilangkan.
- Tidak membutuhkan penyunting/redaktur seperti yang terdapat pada surat kabar konvensional sehingga tidak ada orang yang mampu membantu masyarakat untuk menentukan mana informasi yang masuk akal atau tidak.
- Tidak ada biaya berlangganan kecuali dalam mengakses internet sehingga komunikan atau audience memiliki kebebasan dalam memilih informasi yang diinginkan.
- Relatif lebih terdokumentasi karena tersimpan di dalam jaringan digital.

Berdasarkan karakteristik yang telah disebutkan di atas tersirat bahwa jurnalisme online membutuhkan penanganan yang berbeda dalam penyelenggaraannya dan dinikmati dengan cara yang berbeda juga oleh para pengguna/pembacanya dibandingkan dengan jurnalisme tradisional. Dalam jurnalisme tradisional, tata-tutur informasi disajikan secara linear kepada para pembaca. Para pembaca tidak bisa tidak harus mengikuti urutan-urutan informasi maupun berita yang telah ditentukan sebelumnya oleh penerbit, misal dari kisah satu ke kisah kedua lalu dilanjutkan dengan kisah ketiga dan seterusnya tanpa bisa melakukan lompatan.

Tetapi dalam jurnalisme online, tata-tutur informasi dapat disajikan sedemikian rupa secara non-linear untuk dapat dinikmati. Mengutip Yani (2011: 29) dalam jurnalisme online pembaca dapat menikmati hasil publikasi online dari kisah atau postingan terakhir lalu kemudian beralih menuju ke kisah atau postingan yang pernah dipublikasi beberapa tahun sebelumnya bahkan dapat beralih menuju sumber informasi yang sama sekali berbeda dengan publikasi atau postingan yang diinginkan ketika sedang menikmati proses untuk mendapatkan informasi.

Sementara tahapan praktik jurnalisme online yang dilakukan sendiri umumnya sama dengan tahapan yang dilakukan oleh jurnalisme tradisional yang terbagi menjadi 3 tahapan, yakni pra liputan, liputan, dan pasca liputan. Mengutip Kusumaningrat dan Kusumaningrat (2005: 47) pelaksanaan praktik jurnalistik berdasarkan ketentuan yang ditetapkan di dalam Kode Etik Jurnalistik bahwa berita itu harus disajikan secara *berimbang* dan *adil*, berita harus mengutamakan *kecermatan* dan *ketepatan* serta berita dilarang keras *mencampurkan fakta dan opini sendiri*.

Reporter juga harus mampu membuat naskah berita langsung dari tempat kejadian dan mengirimnya langsung ke koordinator liputan melalui alat komunikasi seperti handphone, sementara naskah berita yang sifatnya non-urgensi atau tidak harus dibuat dilapangan dapat di bawa ke kantor redaksi, sehingga proses pembuatan berita yang dilakukan dapat menghasilkan berita

peristiwa yang terjadi pada saat itu juga untuk dapat dipublikasikan dan diberikan kepada pembaca (Anggoro, 2012: 138).

Dalam media online berita dapat diatur secara *any time, any where, and any place* oleh penerima atau khalayak, tidak lagi menunggu jadwal waktu penerbitan produk yang dihasilkan, seperti contoh produk media cetak maupun produk media elektronik. Sehingga khalayak dapat mengakses informasi maupun berita dalam media online kapan saja dan dimana saja. Mengutip Nugroho (2014: 25) produk-produk yang dihasilkan oleh media konvensional selama ini memiliki batas waktu untuk dapat dinikmati oleh khalayak, berita koran dan majalah yang merupakan produk yang dihasilkan dari media cetak, memiliki batasan jadwal waktu pagi dan sore serta jangkauan distribusi dan ongkos dan berita yang diangkat hanya bersifat tekstual, sedangkan televisi, meskipun dapat menampilkan informasi dengan memberikan audio dan visual kepada khalayak, namun tetap memiliki batasan persiapan waktu yang telah dijadwalkan sebelumnya dan membutuhkan persiapan untuk *on air*.

Dalam jurnalisme online sendiri memiliki tanggapan pro dan kontra dalam praktiknya, seperti yang diungkapkan Margiyono (2012: 26) bahwa jurnalisme online dianggap mengabaikan nilai akurasi, *fairness*, kelengkapan dan imparialitas demi mengejar kecepatan sehingga dianggap mengesampingkan prinsip-prinsip dalam jurnalistik yang bersifat fundamental yaitu kelengkapan, *fairness*, dan verifikasi dalam pemberitaannya.

Namun, jurnalisme online juga memiliki kekuatan dan potensi dalam masyarakat sebagai sumber informasi utama, seperti yang diungkapkan Foust (2005) tentang bagaimana hal tersebut terjadi:

“Pertama, Audience bisa lebih leluasa dalam memilih berita yang ingin didapatkannya (Audience Control). Kedua, setiap berita yang disampaikan dapat berdiri sendiri (nonlinearity). Ketiga, berita tersimpan dan bisa diakses kembali dengan mudah oleh masyarakat (storage and retrieval). Keempat,

jumlah berita yang disampaikan menjadi jauh lebih lengkap (*unlimited space*). *Kelima*, informasi dapat disampaikan secara cepat dan langsung kepada masyarakat (*immediacy*). *Keenam*, redaksi bisa menyertakan gambar, teks, suara, gambar animasi, foto, video, dan komponen lainnya di dalam berita tersebut (*multimedia capability*). *Ketujuh*, memungkinkan adanya interaksi (*interactivity*).” (Widodo, 2010: 1-2)

Dengan munculnya media baru atau internet membuat jurnalisme online dianggap telah menggusur eksistensi dari jurnalistik cetak dan elektronik. Namun jurnalisme online tidak akan menghapuskan jurnalisme tradisional, karena melihat dari sejarah media massa dimana sebuah teknologi baru tidak pernah menghilangkan teknologi yang lama, namun mensubstitusinya. Sehingga jurnalisme online dilihat dapat menciptakan suatu cara yang unik untuk memproduksi berita dan mendapatkan konsumen berita dengan menggabungkan fungsi-fungsi dari internet dengan media tradisional (Santana, 2005: 135).

F. Metode Penelitian

1. Pendekatan Penelitian

Penelitian yang digunakan adalah dengan menggunakan pendekatan penelitian kualitatif. Maleong (2006: 6) mengemukakan bahwa penelitian kualitatif adalah metode yang bermaksud untuk memahami fenomena tentang apa yang dialami oleh subjek penelitian misalnya perilaku, persepsi, motivasi, tindakan dan lain-lain secara holistik/utuh dan dengan menggunakan pendekatan deskriptif dalam bentuk kata-kata dan bahasa dalam suatu konteks khusus yang alamiah dan memanfaatkan berbagai metode ilmiah.

Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif dengan menggunakan metode studi kasus. Beberapa sumber mendefinisikan metode studi kasus sebagai upaya sistematis dalam penelitian untuk menyelidiki suatu peristiwa atau serangkaian peristiwa yang terkait dengan tujuan spesifik untuk menggambarkan atau mendefinisikan peristiwa itu. Berg dan

Lune (2012: 325) mengatakan studi kasus merupakan suatu metode pendekatan yang mampu meneliti fenomena sederhana atau kompleks, dengan unit analisis yang bervariasi baik itu berasal dari individu tunggal, perusahaan-perusahaan besar, bahkan peristiwa yang dapat mempengaruhi dunia. Oleh karena itu studi kasus memerlukan beberapa tindakan atau tahapan dalam melakukan pengumpulan data dan sehingga penelitian yang dilakukan memiliki manfaat maupun makna dan dapat berkontribusi pada penerapan teori dalam penelitian selanjutnya.

Penelitian ini menggunakan metode studi kasus dan menggunakan teknik wawancara untuk mendapatkan data yang dibutuhkan. Kemudian hasil wawancara yang telah dilakukan dianalisis dengan menggunakan analisis Miles and Huberman guna memperoleh data yang lebih spesifik. Menurut Miles and Huberman (seperti dikutip Sugiyono, 2013: 91), mengemukakan bahwa aktivitas dalam analisis data kualitatif dilakukan secara interaktif dan berlangsung secara terus menerus sampai tuntas, sehingga datanya sudah jenuh. Aktivitas yang dilakukan dalam analisis data itu sendiri yaitu *data reduction*, *data display*, dan *conclusion drawing/verification*.

2. Waktu dan Lokasi Penelitian

a. Waktu

Waktu yang dibutuhkan untuk melakukan penelitian ini secara keseluruhan menghabiskan waktu berkisar empat hingga enam bulan.

b. Lokasi Penelitian

Lokasi yang akan diteliti adalah Lembaga pers Mahasiswa Balairung (UGM), Lembaga Pers Mahasiswa Ekspresi (UNY), dan Lembaga Pers Mahasiswa Himmah (UII) karena tiga Lembaga Pers Mahasiswa tersebut merupakan representasi dari lembaga pers mahasiswa dalam lingkup universitas yang memiliki portal berita online.

c. Narasumber Penelitian

Narasumber yang menjadi subjek pada penelitian ini yakni Pemimpin Redaksi dan Redaktur Online dari Lembaga Pers

Mahasiswa Balairung (UGM), Lembaga Pers Mahasiswa Ekspresi (UNY), dan Lembaga Pers Mahasiswa Himmah (UII).

Pemilihan narasumber tersebut berdasarkan konteks posisi atau kedudukan di dalam suatu struktur organisasi pers umum maupun pers mahasiswa dimana pemimpin redaksi merupakan induk dari departemen redaksional yang memiliki tugas utama dalam mengendalikan kegiatan keredaksian yang meliputi penyajian berita, peliputan berita, hingga pelaporan berita. Sementara Redaktur Online memiliki tugas dan kewajiban untuk dapat mengelola media dan konten isi serta melakukan pengawasan terhadap pelaksanaan praktik jurnalisme untuk dapat berjalan dengan baik.

d. Pengumpulan Data

1. Data Primer

Data Primer adalah data yang didapat dari wawancara secara langsung kepada pengurus Lembaga Pers Mahasiswa Balairung (UGM), Lembaga Pers Mahasiswa Ekspresi (UNY), dan Lembaga Pers Mahasiswa Himmah (UII).

2. Data Sekunder

Data sekunder adalah data yang diperoleh melalui buku, jurnal, penelitian, dan atau data-data mendukung lainnya.

e. Analisis Data

Setelah mendapatkan data hasil dari wawancara yang dilakukan, maka analisis data diperlukan untuk mendapatkan data yang signifikan dan memiliki keterkaitan terhadap penelitian yang dilakukan. Analisis data yang digunakan pada penelitian ini menggunakan analisis model Miles dan Huberman (seperti dikutip Sugiyono, 2013: 91), mengemukakan bahwa aktivitas dalam analisis data kualitatif dilakukan secara interaktif dan berlangsung secara terus menerus sampai tuntas, sehingga datanya sudah jenuh. Aktivitas dalam analisis data penelitian kualitatif dalam model ini terbagi menjadi tiga yakni reduksi data, model (*display*) data, dan penarikan / verifikasi kesimpulan.

Reduksi data yang dilakukan yakni merangkum atau memilih hal-hal yang pokok dari data yang dikumpulkan selama penelitian di lapangan. Jumlah data yang dihasilkan pada saat penelitian di lapangan yang banyak dan kompleks mengharuskan untuk dirangkum atau diperjelas sehingga mempermudah peneliti untuk melakukan pengumpulan data selanjutnya setelah melakukan reduksi data tersebut.

Dalam penelitian kualitatif, *data display* atau penyajian data adalah tahapan setelah data penelitian direduksi, kemudian penyajian data tersebut bisa dilakukan dalam bentuk uraian singkat, bagan, hubungan antar kategori, *flowchart* dan sejenisnya. Yang paling sering digunakan untuk menyajikan data dalam penelitian kualitatif adalah dengan teks yang bersifat naratif (Sugiyono, 2013: 95).

Kemudian langkah ketiga yakni *conclusion drawing / verification* atau yang lebih dikenal dengan penarikan kesimpulan dan verifikasi. Menurut Sugiyono (2013: 99) kesimpulan dalam penelitian kualitatif merupakan temuan baru yang sebelumnya belum pernah ada. Temuan tersebut dapat berupa deskripsi atau gambaran-gambaran suatu obyek yang sebelumnya masih remang-remang atau gelap sehingga setelah diteliti menjadi jelas, dapat berupa hubungan kausal atau interaktif, hipotesis atau teori.