

## **BAB II**

### **TINJAUAN TEORITIS**

#### **2.1 Kajian Pustaka**

Pada bagian ini penulis akan membedakan penelitian murni yang dilakukan oleh penulis dengan penelitian terdahulu yang pernah dilakukan oleh orang lain. Penelitian ini murni milik penulis maka akan terlihat jelas perbedaannya dengan penelitian terdahulu.

Perbandingan penelitian sebelumnya dengan penelitian penulis:

1. Penelitian oleh Lidwina Galih Puspa Ratna (Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Atma Jaya Yogyakarta ) yang berjudul “Media Online Sebagai Pemenuh Kepuasan Informasi (Studi Analisis Deskriptif Mengenai Kepuasan Informasi bagi Kaum Wanita pada Media Online wolipop.com)”. Penelitian ini mencakup permasalahan tentang tingkat kepuasan seorang wanita terhadap kepuasan informasi tentang fashion di media online wolipop.com, penelitian ini dilakukan di Kota Yogyakarta dimana peneliti melakukan penelitian di situs Media Online wolipop.com pada Oktober - Maret 2012. Metode yang digunakan yaitu Metode Kuantitatif. Kesimpulan dari penelitian ini yaitu alasan wanita untuk mengakses media online wolipop.com yaitu meliputi : Kebutuhan kognitif, kebutuhan untuk mendapatkan informasi serta pengetahuan. Kebutuhan afektif, kebutuhan akan emosi diri yang dapat dipengaruhi melalui

perasaan suka atau tidak suka terhadap media online wolipop.com.  
.Kebutuhan integratif personal, kebutuhan untuk mendapatkan kepercayaan diri.

2. Penelitian oleh A. Diana Juju Ruhiat (Universitas Komputer Indonesia 2011) “Efektivitas Penyajian Press Release oleh Humas Dinas Komunikasi dan Informatika Kota Bandung” (Studi Deskriptif Mengenai Kepuasan Perolehan Informasi bagi Wartawan terhadap Humas Dinas Komunikasi dan Informatika ). Penelitian ini mencakup tentang tingkat keefektifan Press Release yang diberikan Bagian Humas Dinas Komunikasi dan Informatika Kota Bandung terhadap informasi yang didapat wartawan. Penelitian dilakukan di Kota Bandung dimana peneliti melakukan penelitian di Bagian Humas Dinas Komunikasi dan Informatika Kota Bandung pada Januari - Juni 2011. Metode yang digunakan yaitu Metode Kuantitatif. Kesimpulan dari penelitian ini yaitu Efektivitas Humas Dinas Komunikasi dan Informatika Kota Bandung dalam menyajikan *Press Release* kepada kepuasan perolehan informasi bagi para wartawan yaitu sangat efektif karena wartawan dapat memperoleh kemudahan informasi mengenai Pemerintah Kota Bandung dari sebuah *Press Release* yang diberikan Humas Dinas Komunikasi dan Informatika Kota Bandung.

3. Lucky Luqman Hakim selaku penulis “Kegiatan Komunikasi Dalam Program Bandung Menjawab” (Studi Deskriptif Data Kualitatif mengenai Kegiatan Komunikasi Massa dalam Program Bandung Menjawab Pada Dinas Komunikasi dan Informatika Melalui Website [www.bandung.go.id](http://www.bandung.go.id)). Penelitian yang dilakukan penulis mencakup hal tentang bagaimana Dinas Komunikasi dan Informatika Kota Bandung melakukan kegiatan komunikasi untuk mempublikasikannya melalui website [www.bandung.go.id](http://www.bandung.go.id). Penelitian ini dilakukan di Kota Bandung dimana penulis melakukan penelitian di Dinas Komunikasi dan Informatika Kota Bandung pada Mei – Oktober 2015. Metode yang digunakan yaitu Metode Kuantitatif Data Kualitatif. Kesimpulan dari penelitian ini yaitu Cara Dinas Komunikasi dan Informatika Kota Bandung mempublikasikan Program Bandung Menjawab melalui website [www.bandung.go.id](http://www.bandung.go.id) supaya efektif yaitu dilakukannya beberapa strategi agar Warga Kota Bandung tertarik membaca setiap artikel yang dibikin lebih menarik minat dan ditulis secara singkat, padat, dan jelas dan dengan memberikan kemudahan bagi Warga Kota Bandung untuk memberikan saran atau komentar untuk program ini dan untuk Dinas dan Kecamatan melalui website yang bisa diakses kapan pun.

**Tabel 2.1 : Perbandingan Penelitian Sejenis**

<b>Peneliti</b>	Lidwina Galih Puspa Ratna Universitas Atma Jaya Yogyakarta 2012	Diana Juju Ruhiat Program Universitas Komputer Indonesia 2011.	Lucky Luqman Hakim, Universitas Islam Bandung.
<b>Judul</b>	Media Online Sebagai Pemenuh Kepuasan Informasi	Efektivitas Penyajian <i>Press Release</i> Oleh Humas Dinas Komunikasi Dan Informatika (Diskominfo) Pemerintah Kota Bandung Terhadap Kepuasan Perolehan Informasi Bagi Wartawan	Kegiatan Komunikasi Dalam Program Bandung Menjawab
<b>Fokus Penelitian</b>	Media Online Website saat ini dapat dikatakan bisa mempengaruhi kepuasan akan informasi bagi kaum wanita.	Penyajian <i>Press Release</i> oleh Humas Dinas Komunikasi dan Informatika Kota Bandung terhadap kepuasan perolehan informasi bagi wartawan.	Kegiatan Komunikasi yang dilakukan Dinas Komunikasi dan Informatika Kota Bandung melalui media online website.
<b>Metode dan Pendekatan Penelitian</b>	Studi Deskriptif data Kualitatif	Studi Deskriptif	Studi Deskriptif data Kualitatif

<b>Lokasi dan Waktu Penelitian</b>	Yogyakarta 2012	Bandung 2011	Bandung 2015
<b>Persamaan</b>	Sama-sama menggunakan studi deskriptif dengan data kualitatif.	Terletak pada lokasi yang diteliti.	Sama-sama menggunakan studi deskriptif dengan data kualitatif.
<b>Perbedaan</b>	Terletak pada objek, subjeknya, lokasi penelitian yang diteliti berbeda, dan hasil penelitian berbeda.	Terletak pada objek, subjek, dan hasil penelitian yang berbeda.	Terletak pada objek, subjek, dan lokasi penelitian yang diteliti berbeda, dan hasil penelitian yang berbeda.

## 2.2 Komunikasi

Komunikasi berasal dari kata latin *communicatio*, dan bersumber dari kata *communis* yang berarti sama. Sama di sini berarti sama makna. Saat dua atau lebih manusia terlibat dalam komunikasi, maka komunikasi itu berlangsung selama ada kesamaan makna diantara pihak-pihak yang terlibat di dalamnya.

Dilihat dari proses terjadinya komunikasi, Onong dalam bukunya *Ilmu Komunikasi Teori dan Praktek* hal 23 membagi proses komunikasi terbagi menjadi dua tahap :

- 1) Proses komunikasi secara primer adalah proses penyampaian pikiran dan atau perasaan seseorang kepada orang lain dengan menggunakan lambang (*symbol*) sebagai media. Lambang sebagai media primer dalam proses komunikasi adalah bahasa, kiasan, isyarat, gambar, warna, dan lain sebagainya yang secara langsung mampu "menerjemahkan" pikiran dan atau perasaan komunikator kepada komunikan.
- 2) Proses komunikasi secara sekunder adalah proses penyampaian pesan oleh seseorang kepada orang lain dengan menggunakan alat atau sarana sebagai media kedua setelah memakai lambang sebagai media pertama. Penggunaan media kedua dalam melancarkan komunikasi karena komunikan sebagai sasarannya berada ditempat yang relatif jauh atau jumlahnya banyak (Effendy, 2000:11-16).

Dalam kehidupan sehari-hari, yang disebut sebagai media komunikasi adalah media kedua, sebab jarang sekali orang yang menganggap bahasa sebagai media komunikasi. Hal tersebut disebabkan bahasa sebagai lambang beserta isi dari pikiran dan atau perasaan merupakan satu kesatuan pesan yang tidak dapat dipisahkan.

Pentingnya peranan media, yaitu media sekunder adalah dalam pencapaian komunikannya. Dengan menggunakan media, komunikator dapat menyampaikan pesannya kepada komunikan yang jumlahnya relatif banyak dan juga jaraknya yang jauh, dengan kata lain komunikasi dengan menggunakan media ini merupakan kelanjutan dari komunikasi primer dalam menembus ruang dan waktu.

Lasswell mengemukakan bahwa cara yang baik untuk menjelaskan komunikasi ialah menjawab pertanyaan sebagai berikut : *Who Says What In Which Channel To Whom With What Effect?* (Effendy, 2000:10).

Paradigma tersebut menunjukkan bahwa dalam sebuah proses komunikasi terdapat lima unsur sebagai jawaban dari pertanyaan yang diajukan, yaitu :

- 1 Komunikator (*communicator, source, sender*).
- 2 Pesan (*message*).
- 3 Media (*channel, media*).
- 4 Komunikan (*communicant, communicate, receiver, recipient*).

## 5 Efek (*effect, impact, influence*).

Sumber : Effendy, 2000:10

Jadi berdasarkan paradigma tersebut komunikasi adalah proses penyampaian pesan oleh komunikator kepada komunikan melalui media yang menimbulkan efek tertentu.

Komunikasi itu fundamental bagi manusia. Memang manusia bukanlah satu-satunya makhluk Allah yang dapat berkomunikasi. Namun, manusia adalah satu-satunya makhluk di bumi yang dapat berkomunikasi dalam bentuk simbol yang tidak mempunyai hubungan dengan apa yang ditunjukkan oleh simbol-simbol itu, selain dari yang ditetapkan oleh pikiran manusia tentang apa arti dari simbol itu. Selain itu, manusia dapat melakukannya melampaui waktu dan ruang, dengan jutaan orang secara serentak dan serempak.

### 2.2.1 Feedback Komunikasi

*Feedback* adalah dua kata jadian / bentukan dalam bahasa Inggris yang terdiri dari kata *feed* (artinya: memberi makan) dan *back* (artinya: kembali). Komunikasi merupakan aspek yang tidak bisa dipisahkan dari kehidupan manusia. Komunikasi yang baik tentunya akan menciptakan hubungan yang harmonis antarsesama. Keberhasilan komunikasi ini bila ditinjau dari segi keilmuan, maka dapat ditelaah berdasarkan unsur-unsur yang ada di dalamnya, yaitu komunikator, pesan, media, komunikan, dan umpan balik. Kelima unsur yang merupakan hasil kajian Harold Laswell ini saling berkaitan dan mempengaruhi. Di



antara kelima unsur ini, umpan balik merupakan unsur yang paling penting dalam menentukan keberhasilan komunikasi.

Umpan balik yang ditimbulkan dalam proses komunikasi memberikan gambaran kepada komunikator tentang seberapa berhasil komunikasi yang dilakukannya. Jadi, umpan balik (feedback) merupakan satu-satunya elemen yang dapat 'menjudge' apakah komunikasi yang telah berlangsung berhasil atau gagal. Keberlangsungan komunikasi yang dibangun sebelumnya ditentukan oleh umpan balik sebagai bentuk penilaian. Dengan mengetahui umpan balik yang dikirimkan oleh komunikan, maka sebagai komunikator, kita akan dapat langsung mengetahui apakah tujuan dari pesan kita tersampaikan atau tidak. Apakah umpan balik itu berupa respon negatif ataupun respon positif.

Komunikasi memungkinkan para partisipannya untuk saling berhadapan wajah (*face to face*) maka feedback yang paling mendasar adalah tatapan mata (*eyes contact*). Mata yang menatap komunikator menunjukkan bahwa (para) komunikan benar-benar memperhatikannya. Ini tentu saja berlangsung secara dua arah. Artinya agar seorang komunikan menatap mata seorang komunikator, ia harus terlebih dahulu menatap mata-nya. Selain itu, ini harus dilakukan dengan wajar / se-natural mungkin. Secara naluriah, bila kita berbicara secara tatap muka dengan seseorang, kita akan melakukan itu. Dalam konteks komunikasi dengan sekelompok orang / komunikasi kelompok, komunikator sebaiknya menjadi pihak yang mengambil inisiatif melakukan ini. Ia hendaknya membagi tatapan matanya kepada semua pihak yang hadir, tidak pada seseorang atau

sekelompok orang saja. Ini sangat penting untuk membantu menciptakan suasana yang efektif bagi pencapaian tujuan komunikasi.

Dengan penjelasan di atas maka dapat dikatakan bahwa fungsi feedback adalah sebagai mekanisme kendali untuk mengetahui apakah perilaku komunikasi seorang komunikator telah efektif untuk mencapai sasarannya.

### **2.2.2 Komunikasi Dua Arah Timbal Balik**

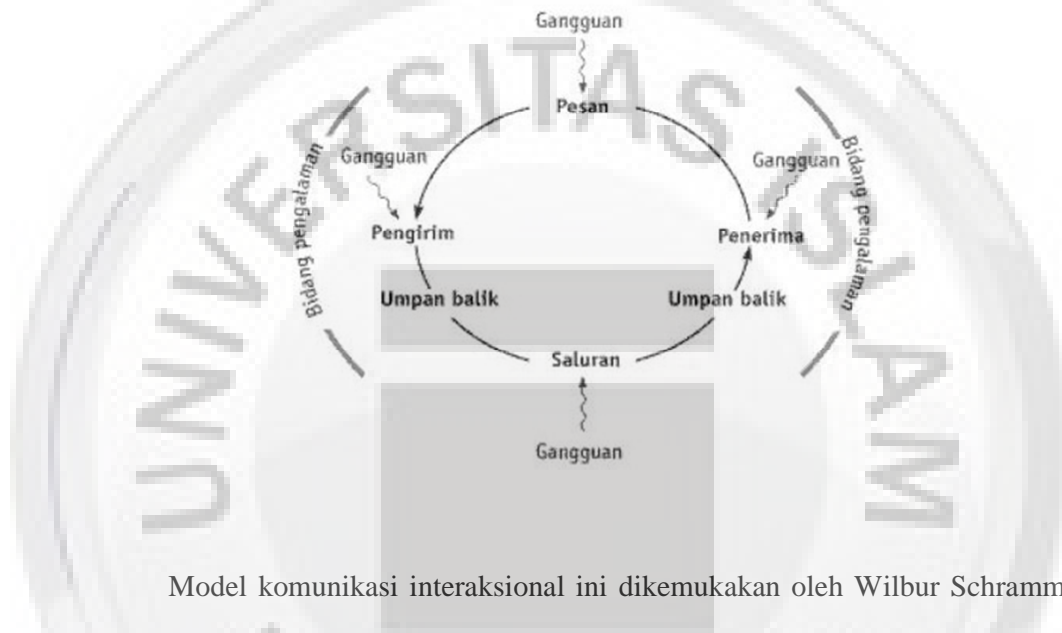
Komunikasi dua arah merupakan komunikasi yang berlangsung antara dua pihak dan ada timbal balik baik dari komunikator maupun komunikan. Komunikasi dua arah dapat terjadi secara vertikal, horizontal, dan diagonal.

- 1) Komunikasi vertikal adalah komunikasi yang alirannya berlangsung dari atas ke bawah atau sebaliknya. Dalam suatu perusahaan, komunikasi vertikal yang terjadi adalah komunikasi yang berlangsung antara manajemen tingkat atas, menengah, hingga ketingkat karyawan. Contoh: Komunikasi berlangsung antara atasan dengan bawahannya di sebuah kantor.
- 2) Komunikasi horizontal yang berlangsung antara komunikator dengan komunikan yang mempunyai tingkat, kedudukan, dan wewenang yang sama. Contohnya komunikasi antara karyawan yang satu dengan yang satu level.
- 3) Komunikasi diagonal adalah komunikasi yang berlangsung antara komunikator dengan komunikan yang tingkat, kedudukan, serta

wewangnya berbeda. Contohnya: komunikasi antara kepala bagian dengan kepala seksi.

### 2.2.3 Teori Komunikasi Dua Arah

#### KOMUNIKASI SEBAGAI INTERAKSI: MODEL INTERAKSIONAL



Model komunikasi interaksional ini dikemukakan oleh Wilbur Schramm. Bila dalam model komunikasi linier, seseorang hanyalah berperan sebagai pengirim atau penerima, maka pada model komunikasi interaksional ini juga mengamati hubungan antara seorang pengirim dan penerima. Model komunikasi ini menekankan proses komunikasi dua arah diantara para komunikator. Dengan kata lain, komunikasi berlangsung dua arah: dari pengirim kepada penerima dan dari penerima kepada pengirim. Proses melingkar ini menunjukkan bahwa komunikasi selalu berlangsung. Pandangan interaksional mengilustrasikan bahwa seseorang dapat menjadi baik pengirim maupun penerima dalam sebuah interaksi, tetapi tidak dapat menjadi keduanya sekaligus.

### 2.3 Media Baru

Media Baru adalah istilah yang dimaksudkan untuk mencakup kemunculan digital, komputer, atau jaringan teknologi informasi dan komunikasi di akhir abad ke-20. Sebagian besar teknologi yang digambarkan sebagai media baru adalah digital, seringkali memiliki karakteristik dapat dimanipulasi, bersifat jaringan, padat, mampat, interaktif dan tidak memihak. Secara sederhana media baru adalah media yang terbentuk dari interaksi antara manusia dengan komputer dan internet secara khususnya. Termasuk di dalamnya adalah web, blog, online social network, online forum dan lain-lain yang menggunakan komputer sebagai medianya.

Menurut Everett M. Rogers (dalam Abrar, 2003:17-18) merangkumkan perkembangan media komunikasi ke dalam empat era. Pertama, era komunikasi tulisan, Kedua, era komunikasi cetak, Ketiga, era telekomunikasi, dan Keempat, era komunikasi interaktif. Media baru adalah media yang berkembang pada era komunikasi interaktif. Ron Rice mendefinisikan media baru adalah media teknologi komunikasi yang melibatkan komputer di dalamnya (baik mainframe, PC maupun Notebook) yang memfasilitasi penggunaanya untuk berinteraksi antar sesama pengguna ataupun dengan informasi yang diinginkan. Sementara menurut McQuail, media baru adalah tempat dimana seluruh pesan komunikasi terdesentralisasi; distribusi pesan lewat satelite meningkatkan penggunaan jaringan kabel dan komputer, keterlibatan audiens dalam proses komunikasi yang semakin meningkat.

## PANDANGAN NEW MEDIA

Pandangan new media dari masyarakat sekitar, karena masyarakat selalu berhubungan dengan adanya new media misalnya internet yang mencakup jejaring sosial, televisi maupun game. Berikut adalah pandangan masyarakat:

- Luasnya jejaring sosial yang bisa menghubungkan semua user di seluruh dunia bisa berkomunikasi dengan mudah.
- Kesepian, hal ini yang memicu masyarakat untuk bermain game di internet maupun online jejaring sosial, tetapi dampak negatif dari faktor ini adalah terkadang masyarakat bisa terasingkan dari dunia luar(nyata) karena terlalu fokus pada new media di dunia maya

## MANFAAT NEW MEDIA

- Bidang Sosial

Dalam bidang ini banyak menyita perhatian masyarakat misalnya saja berbagai macam jejaring sosial yang sekarang di minati masyarakat seperti facebook, twitter, skype, yahoo messenger, my space, hello dll. Dengan menggunakan jejaring sosial ini dengan mudah dapat menjalin komunikasi dengan semua user dibelahan dunia manapun.

- Bidang Industri/Dagang

Dalam bidang ini memudahkan bagi siapa pun yang ingin menawarkan/mempromosikan produk tertentu sehingga tidak susah susah untuk

membuka toko dan promosi langsung didepan konsumen, melalui new media pedagang dapat mempromosikan produk nya melalui membuka online shop, bisa melalui facebook, twitter atau kaskus.

- Bidang Pendidikan

Dalam bidang ini sangat memudahkan bagi pelajar maupun pengajar dalam mendapatkan materi yang di inginkan. Bisa melalui search engine kita bisa mendapatkan segala informasi, atau dengan fasilitas E-book, fasilitas email juga bisa membantu dalam proses mengerjakan tugas atau saling tukar informasi.

- Bidang Lowongan Kerja

Dalam bidang ini bagi yang ingin mencari pekerjaan cukup searching di internet lalu mendaftar secara online bahkan bisa mengikuti tes masuk secara online juga, tidak perlu lagi susah payah datang dari kantor ke kantor.

### **KOMPONEN NEW MEDIA**

Komponen dari new media yaitu : Handphone, Internet, dan Komputer. Handphone / Smart Phone dapat dijadikan sebagai komponen New Media karena dengan Smart Phone kita dapat mengakses bebesapa situs jejaring sosial. Internet dijadikan sebagai komponen New Media karena dengan Internet kita dapat mengakses berbagai informasi dimanapun kita berada. Internet memudahkan kita untuk melakukan sebuah interaksi sosial dengan manusia sekitar. Komputer dijadikan sebagai komponen New Media karena computer juga dapat

memudahkan kita mendapatkan informasi. Ketiga komponen diatas tidak dapat saling dipisahkan, antara Smart Phone dengan Internet dan juga Komputer dengan Internet. Ketiganya saling berkaitan dan harus seimbang dalam pemakaiannya.

### **APLIKASI NEW MEDIA**

#### **1. Jejaring Sosial**

Contoh aplikasi new media dalam bidang jejaring sosial yaitu facebook, twitter, yahoo messenger, my space, skype dll. Aplikasi ini sangat mudah digunakan bagi masyarakat, fasilitas di jejaring sosial ini adalah bisa updates status, upload photo, video call dll. Kelebihan new media seperti ini adalah biaya murah, cepat dan mudah.

#### **2. Online Shop**

Produk produk sekarang dengan mudah bisa dipromosikan melalui online shop yang sudah sangat banyak tersebar didunia maya, masyarakat bisa membuat online shop melalui facebook, twitter, blog, website, ataupun kaskus yang bisa menarik perhatian konsumen secara cepat.

#### **3. Informasi/Pendidikan**

Untuk mencari segala informasi maupun berita yang terkini, dengan adanya new media yaitu biasa menggunakan aplikasi seperti wikipedia, google, televisi analog ataupun website website lain nya.

Beberapa contoh aplikasi didalam internet yang mengembangkan new media, yaitu: Google, altavista, yahoo dan website sejenisnya yang merupakan

aplikasi pencarian sejumlah kata yang terdapat didalam website untuk mencari berita.

- CNN, BBC, detik, okezone dan berbagai website sejenisnya yang dibuat untuk memberikan berita secara cepat sebagai pengganti koran/majalah.
- Youtube, seleb.tv, metacave dan website sejenisnya yang menyediakan layanan membagikan video atau menampilkannya sebagai sarana hiburan dan berita secara audio visual.
- Twitter, facebook, friendster dan website sejenisnya yang menyediakan layanan mini blog dan social network sebagai sarana komunikasi langsung yang sengaja dibagikan kepada publik.
- BSE, e-dukasi.net, ilmukomputer.com yang menyediakan layanan pendidikan secara online berupa pembahasan-pembahasan materi pendidikan dan ada yang menyediakan buku elektronik (e-book), dsb.

#### 2.4 Media Online

Menurut Ashadi Siregar (dalam Kurniawan, 2005: 20), media online (*online media*) disebut juga *cybermedia* (media siber), *internet media* (media internet), dan *new media* (media baru), dapat diartikan sebagai media yang tersaji secara online di situs web (*website*) internet.

Pedoman Pemberitaan Media Siber (PPMS) yang dikeluarkan Dewan Pers mengartikan media siber sebagai “segala bentuk media yang menggunakan wahana internet dan melaksanakan kegiatan jurnalistik, serta memenuhi



persyaratan Undang-Undang Pers dan Standar Perusahaan Pers yang ditetapkan Dewan Pers.

Media online bisa dikatakan sebagai media “generasi ketiga” setelah media cetak dan media elektronik. Media online merupakan produk jurnalistik

online atau *cyber journalism* yang didefinisikan sebagai pelaporan fakta atau peristiwa yang diproduksi dan didistribusikan melalui internet.

Dalam perspektif studi media atau komunikasi massa, media online menjadi objek kajian teori “media baru” (*new media*), yaitu istilah yang mengacu pada permintaan akses konten (isi/ informasi) kapan saja, di mana saja, pada setiap perangkat digital serta umpan balik pengguna interaktif, partisipasi kreatif, dan pembentukan komunitas sekitar konten media, juga aspek generasi “real-time”.

New media merupakan penyederhanaan istilah terhadap bentuk media di luar lima media massa konvensional, seperti televisi, radio, majalah, koran, dan film. Sifat new media adalah cair, konektivitas individual, dan menjadi sarana untuk membagi peran kontrol dan kebebasan (Chun, 2006).

Secara teknis, media online adalah media berbasis telekomunikasi dan multimedia (komputer dan internet).

---

<http://komunikasi.us/index.php/mata-kuliah/kmm/17-tmb-umb/2078-lalongkoe>  
ramses tanggal akses 19 oktober jam 19.37

Termasuk kategori media online adalah portal, website, radio online, TV online, dan email. Salah satu kategori favorit di media online adalah website berita (*news online media*), karena situs berita merupakan media online yang paling umum diaplikasikan dalam praktik jurnalistik modern dewasa ini.

Berdasarkan sisi pemilik atau publisher, jenis-jenis situs berita online dapat digolongkan menjadi enam jenis, di antaranya:

- 1) News Organization Website: situs lembaga pers atau penyiaran, misalnya edisi online surat kabar, televisi, agen berita, dan radio.
- 2) Commercial Organization Website: situs lembaga bisnis atau perusahaan, seperti manufaktur, retailer, dan jasa keuangan, termasuk toko-toko online (*online store*) dan bisnis online.
- 3) Website Pemerintah: di Indonesia ditandai dengan domain [.id] go.id seperti indonesia.go.id (Portal Nasional Indonesia), setneg.go.id, dan dpr.go.id.
- 4) Website Kelompok Kepentingan (Interest Group), termasuk website ormas, parpol, dan LSM.
- 5) Website Organisasi Non-Profit: seperti lembaga amal atau grup komunitas.
- 6) Personal Website (Blog).

Karakteristik sekaligus keunggulan media online dibandingkan “media konvensional” (cetak/elektronik) identik dengan karakteristik jurnalistik online, antara lain:

- 1) Multimedia: dapat memuat atau menyajikan berita/ informasi dalam bentuk teks, audio, video, grafis, dan gambar secara bersamaan.
- 2) Aktualitas: berisi info aktual karena kemudahan dan kecepatan penyajian.
- 3) Cepat: begitu diposting atau diunggah, langsung bisa diakses semua orang.
- 4) Update: Pembaruan informasi dapat dilakukan dengan cepat baik dari sisi konten maupun redaksional, misalnya kesalahan ketik/ ejaan. Informasi pun disampaikan secara terus-menerus.
- 5) Fleksibilitas: pemuatan dan editing naskah bisa kapan saja dan di mana saja, juga jadwal terbit bisa kapan saja.
- 6) Kapasitas luas: halaman web bisa menampung teks sangat panjang.
- 7) Luas: menjangkau seluruh dunia yang memiliki akses internet.
- 8) Interaktif: dengan adanya fasilitas kolom komentar dan *chat room*.
- 9) Terdokumentasi: informasi tersimpan di “bank data” (arsip) dan dapat ditemukan melalui “link”, “artikel terkait”, dan fasilitas “cari”.
- 10) Hyperlinked: terhubung dengan sumber lain (*links*) yang berkaitan dengan informasi tersaji.

Ada juga karakteristik media online yang menjadi kekurangannya, di antaranya:

- 1) Ketergantungan dari perangkat komputer dan koneksi internet. Jika tidak ada listrik, baterai habis, dan tidak ada koneksi internet, juga tidak ada browser, maka media online tidak bisa diakses.
- 2) Bisa dimiliki dan dioperasikan oleh “sembarang orang”. Mereka yang tidak memiliki keterampilan menulis sekalipun dapat menjadi pemilik media online dengan isi berupa “copy-paste” dari informasi situs lain.
- 3) Adanya kecenderungan “mudah lelah” saat membaca informasi media online, khususnya naskah yang panjang.
- 4) Akurasi sering terabaikan. Karena mengutamakan kecepatan, berita yang dimuat media online sering kali tidak seakurat media cetak, utamanya dalam hal penulisan kata atau “*typo*”.

Dari segi konten, yang disajikan media online secara umum sama dengan media cetak seperti koran atau majalah, yakni terdiri dari berita (*news*), artikel opini (*views*), feature, foto, dan iklan yang dikelompokkan kategori tertentu, misalnya kategori berita nasional, ekonomi, olah raga, dan politik.

Media online diragukan dari sisi kredibilitas mengingat banyak orang yang tidak memiliki keterampilan menulis (jurnalistik) yang memadai pun bisa mempublikasikan informasinya. Kredibilitas tinggi umumnya dimiliki media online yang dikelola oleh lembaga pers yang juga menerbitkan edisi cetak atau elektronik. Mengenai kredibilitas media online, penelitian umumnya menemukan tingkat kepercayaan publik terhadap berita online sama dengan media lainnya.

## 2.5 Website

Deni Darmawan dan Deden Hendra Permana dalam bukunya Desain dan Pemrograman Website hal 1 menjelaskan secara makna sebuah WEBSITE adalah sekumpulan halaman informasi yang disediakan melalui jalur internet sehingga bisa diakses di seluruh dunia selama terkoneksi dengan jaringan internet. Website merupakan sebuah komponen yang terdiri dari teks, gambar, suara animasi sehingga menjadi media informasi yang menarik untuk dikunjungi oleh orang lain. definisi website secara sederhana adalah informasi apa saja yang bisa di akses dengan menggunakan koneksi jaringan internet.

Jenis-Jenis Situs Web (Website) Secara umum, situs web digolongkan menjadi 3 jenis yaitu: Website Statis, Website Dinamis, Website Interaktif.

### 1. Website Statis

Website Statis adalah web yang mempunyai halaman tidak berubah. Artinya adalah untuk melakukan perubahan pada suatu halaman dilakukan secara manual dengan mengedit code yang menjadi struktur dari situs itu.

### 2. Website Dinamis

Website Dinamis merupakan website yang secara struktur diperuntukan untuk update sesering mungkin. Biasanya selain utama yang bisa diakses oleh user pada umumnya, juga disediakan halaman backend untuk mengedit konten dari website. Contoh umum mengenai website dinamis adalah web berita atau web portal yang didalamnya terdapat fasilitas berita, polling dan sebagainya.

### 3. Website Interaktif

Website Interaktif adalah web yang saat ini memang sedang booming. Salah satu contoh website interaktif adalah blog dan forum. Di website ini user bisa berinteraksi dan beradu argument mengenai apa yang menjadi pemikiran mereka. Biasanya website seperti memiliki moderator untuk mengatur supaya topik yang diperbincangkan tidak melenceng dari alur pembicaraan.

Unsur-Unsur Penunjang Dalam Website Atau Situs Web, Untuk membangun sebuah website yang lebih advance, kita juga diharuskan untuk menyediakan unsur penunjang lainnya. Diantara unsur-unsur website itu adalah sebagai berikut:

**a. Nama domain**

Domain Name atau URL adalah alamat unik di dunia internet yang digunakan untuk mengenali sebuah situs, atau dengan kata lain nama domain adalah alamat yang digunakan untuk menemukan sebuah website di internet.

**b. Web Hosting**

Web Hosting adalah ruangan yang terdapat dalam harddisk tempat menyimpan berbagai data, file-file, gambar dan lainnya yang akan ditampilkan di website. Besarnya data yang bisa dimasukkan tergantung dari besarnya web hosting yang disewa/dipunyai, semakin besar web hosting semakin besar pula data yang dapat dimasukkan dan ditampilkan dalam website.

**c. Bahasa Program**

Bahasa program Adalah bahasa yang digunakan untuk menerjemahkan setiap perintah dalam website yang pada saat diakses. Jenis bahasa program sangat menentukan statis, dinamis atau interaktifnya sebuah website

**d. Desain website**

Unsur website yang penting dan utama adalah desain. Desain website menentukan kualitas dan keindahan sebuah website. Desain sangat berpengaruh kepada penilaian pengunjung akan bagus tidaknya sebuah website. Serta mempengaruhi dengan kenyamanan konsumen atau pembaca.