

## BAB V LAPORAN PENELITIAN

### 1. Hasil Penelitian

Pada bab ini, Penulis menyajikan data-data yang diperoleh dari hasil wawancara, observasi dan dokumentasi yang dilakukan penulis. Adapun teknis yang dilakukan penulis dalam penelitian ini adalah dengan teknik wawancara langsung dalam mengumpulkan data. Wawancara yang penulis lakukan dengan cara mengajukan pertanyaan secara lisan yang berkaitan dengan kajian yang akan diteliti oleh penulis dengan tujuan untuk memperkuat hasil penelitian.

Selain itu, penulis juga menggunakan teknik pengumpulan data dengan dokumentasi sebagai data pelengkap dalam penelitian ini. Dokumentasi dilakukan untuk mendapatkan data-data yang diperlukan untuk melengkapi data-data penelitian. Adapun penelitian ini dilakukan di Bertuahpos.com yang beralamat di jalan Nenas No. 30 Sukajadi-Pekanbaru, Riau.

Bertuahpos.com sebagai sebuah perusahaan jasa pemberitaan online di Riau yang selalu senantiasa menyajikan berita-berita di dalam provinsi Riau sendiri maupun berita-berita internasional. Sebagaimana sebuah perusahaan pada umumnya, tentu mempunyai tujuan-tujuan tertentu. Untuk itu, dalam mencapai tujuan tersebut tentu membutuhkan suatu strategi. Strategi ini haruslah khusus dan hanya perusahaan tersebutlah yang mengetahuinya agar berjalan sesuai kehendak perusahaan.

#### 1. Identitas Informan

Pada bab ini, data yang diambil berasal dari observasi yang penulis lakukan serta wawancara yang dilakukan kepada seluruh informan yang diambil dan dipilih sesuai dengan kriteria penulis yang dianggap bisa mewakili penelitian yang diangkat. Dalam penelitian ini, informan yang dipilih adalah orang-orang yang mengetahui tentang strategi komunikasi bertuahpos.com dalam menghadapi persaingan bisnis media *online* di Riau.

Untuk lebih jelas lagi, dalam penjabaran infroman penelitian dapat dilihat dari penjelasan tabel di bawah ini:

**Tabel 5.1**  
**Data Informan Penelitian**

No	Nama	Jabatan
1	Muhammad Junaidi	Pimpinan perusahaan/Redaksi
2	Hari Jummaulana	Buisness Devlopment
3	Melba Ferry Fadly	Redaktur

Dapat dilihat bahwa seluruh informan yang dipilih berjumlah empat orang. Semua dipilih penulis karena dianggap lebih mengetahui tentang strategi komunikasi bertuahpos.com dalam menghadapi persaingan bisnis persuratkabaran online di Riau. Oleh karena itu mengambil informan yang sekiranya dapat memberikan informasi yang diinginkan penulis sesuai dengan judul penelitian.

**a. Who** (sumber:siapa)

Sebagaimana yang telah dipaparkan di atas pada kajian teori, model komunikasi yang pertama dilakukan ialah memilih komunikator, di mana komunikator mempunyai peran yang sangat penting dan komunikator juga merupakan sumber kendali bagi semua aktivitas komunikasi yang dilakukan. Dalam hal ini, bertuahpos.com membagi dua dalam strategi memilih komunikator yaitu seperti berikut:

1. Wartawan

Model komunikasi dalam hal pemilihan komunikator wartawan yang dilakukan oleh bertuahpos.com yang didapat penulis pada saat melakukan wawancara yaitu memilih orang yang mempunyai keahlian dalam bidang menulis dan mengetahui banyak tentang kewartawanan.

“tentu yang menjadi tolak ukur untuk memilih wartawan yaitu dengan melihat seberapa besar rasa ingin tau dan kegemarannya dalam hal menulis yang menjadi penilaian bertuahpos.com dalam memilih komunikator wartawan”.<sup>53</sup>

<sup>53</sup> Hasil Wawancara Dengan Muhammad Junaidi 04 Oktober 2019 di Kantor Bertuahpos.com.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang  
1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:  
a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.  
b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.  
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

© Hak cipta milik UIN Suska Riau  
ataas Islamic University of Sultan Syarif Kasim Riau



- Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang
1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
- Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

Bertuahpos.com menentukan model komunikasi pemilihan komunikator wartawan dengan melihat potensi seseorang terhadap kegemarannya dalam hal menulis serta rasa ingin tau yang besar yang menjadi penilaian utama dalam hal menentukan pemilihan komunikator wartawan. Strategi komunikasi pemilihan komunikator memiliki peran penting dalam memberikan informasi bagi masyarakat serta kontribusi penting juga bagi perusahaan media yang memiliki kualitas wartawan yang baik.

Pemilihan model komunikasi memilih komunikator wartawan yang baik dan berkualitas dinilai oleh bertuahpos.com karena dengan memiliki wartawan yang berkualitas akan mengangkat nama bertuahpos.com dan menjadikan nama bertuahpos.com semakin baik lagi.

“karena dengan wartawan yang berkualitas, maka akan menghasilkan berita yang berkualitas pula dan ini menjadi tujuan dari bertuahpos.com sebagai salah satu perusahaan persuratkabaran”.<sup>54</sup>

Kenapa bertuahpos.com memilih strategi komunikasi menentukan komunikator wartawan yang baik karena bertuahpos.com menilai dengan adanya wartawan yang berkualitas akan menjadi pembeda tersendiri dalam hal kebanggaan karena memiliki karyawan yang handal. Selain itu, tentu dengan adanya wartawan yang berkualitas akan menghasilkan berita yang berkualitas pula dan hal ini tentu akan mengangkat nama dari bertuahpos.com baik dimata masyarakat maupun dimata perusahaan pesaing lain.

Selanjutnya, untuk menentukan pemilihan komunikator wartawan yang berkualitas, bertuahpos.com mempunyai tolak ukur seperti kegemaran menulis, rasa ingin tau serta mempunyai pengetahuan tentang kejournalistikan.

“kegemaran menulis menjadi hal penting bagi bertuahpos.com dalam memilih wartawan, kemuidan rasa ingin tau yang besar serta pemahaman tentang kejournalistikan”.<sup>55</sup>

<sup>54</sup> Hasil Wawancara Dengan Muhammad Junaidi 04 Oktober 2019 di Kantor Bertuahpos.com.

<sup>55</sup> Hasil Wawancara Dengan Muhammad Junaidi 04 Oktober 2019 di Kantor Bertuahpos.com.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang  
 1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:  
 a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.  
 b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.  
 2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

Kemudian, melba selaku wartawan bertuahpos.com juga menambahkan hal yang serupa yaitu:

“memang selama ini beliau sering memberikan kami motivasi dan pendalaman tentang cara menulis ataupun memuat berita serta beliau menekankan untuk wartawan agar berita yang mereka tulis dapat dimengerti oleh pembaca terpenting apa yang disampaikan dapat tercerna dengan baik oleh pembaca”.<sup>56</sup>

Kegemaran dalam hal menulis menjadi kreteria pertama yang ditetapkan oleh bertuahpos.com untuk menentukan komunikator wartawan yang akan dipilih. Kemudian kreteria selanjutnya dalam menentukan pemilihan komunikator wartawan yaitu dengan rasa ingin tau yang tinggi. Dengan adanya rasa ingin tau yang tinggi terhadap wartawan di dalam dirinya akan memberikan informasi yang lebih banyak. Hal ini tentu menjadikan wartawan bertuahpos.com yang akan membedakan dengan wartawan media lain. Setelah dua kreteria tersebut, maka selanjutnya penilaian yang dilakukan oleh bertuahpos.com dalam strategi pemilihan komunikator wartawan yaitu dengan pemahaman tentang kejournalistikan yang mana ini akan menjadi dasar dalam menyampaikan informasi kepada masyarakat luas.

Seperti yang diungkapkan Muhammad Junaidi selaku pimpinan redaksi bertuahpos.com, komunikator wartawan memiliki tugas dan fungsi sebagai berikut:

“untuk komunikator wartawan, mereka dituntut untuk mencari berita sebanyak minimal 8 (delapan) berita perhari, juga memperbanyak link, serta boleh juga untuk mencari iklan”.<sup>57</sup>

Hal serupa juga ditambahkan oleh melba ferry selaku komunikator wartawan bertuahpos.com sebagai berikut:

“memang tugas utama kami yaitu mencari berita, namun kami juga diperbolehkan untuk mencari iklan”.<sup>58</sup>

<sup>56</sup> Hasil Wawancara Dengan Melba Ferry Fadly 06 Oktober 2019 di Kantor Bertuahpos.com.

<sup>57</sup> Hasil Wawancara Dengan Muhammad Junaidi 04 Oktober 2019 di Kantor Bertuahpos.com.

<sup>58</sup> Hasil Wawancara Dengan Melba Ferry Fadly 06 Oktober 2019 di Kantor Bertuahpos.com.

## Business Development

Model komunikasi kedua dalam hal memilih komunikator, bertuahpos.com menentukan buissnes development sebagai komunikator bertuahpos.com.

“selain wartawan sebagai komunikator, buissnes development juga menjadi komunikator dari bertuahpos.com untuk melakukan pendekatan kerjasama diberbagi pihak”.<sup>59</sup>

Pemilihan komunikator kedua yang dipilih oleh bertuahpos.com ialah memilih komunikator buissnes development yang mana model komunikasi pemilihan komunikator buissnes development ini dilakukan untuk menjalin hubungan kerjasam dengan berbagai pihak. Buisssnes development juga digunakan untuk membuat citra bertuahpos.com menjadi baik dengan berbagi pihak di sekitar lingkungan perusahaan maupun di seluruh indonesia. Selain itu, buissnes development juga digunakan untuk mencari sumber pendapatan dari periklanan.

Bertuahpos.com berasal dalam peilihan model komunikasi komunikataor buissnes development ini karena diperlukan orang yang mempunyai keterampilan dan pengalaman dalam hal meyakinkan orang.

“karena tidak semua orang bisa melakukan ini, maka bertuahpos.com memerlukan dan menunjuk orang yang bisa untuk membuat kerjasama dengan berbagi pihak.”<sup>60</sup>

Alasan dibalik diperlukannya seorang buissnes development karena hal ini bisa membuat bertuahpos.com mendapatkan banyak pemasukan pendanaan dari kerjasama yang dilakukan kedua belah pihak. Selain itu, alasan lain dibalik pemilihan komunikator buissnes development karena bisa mempermudah perusahaan dalam menentukan siapa yang harus bertanggung jawab atas kerjasama yang dilakukan, serta bila ada masalah yang terjadi pada kedua belah pihak, buissnes development lah yang akan menyelesaikannya.

<sup>59</sup> Hasil Wawancara Dengan Muhammad Junaidi 04 Oktober 2019 di Kantor Bertuahpos.com.

<sup>60</sup> Hasil Wawancara Dengan Muhammad Junaidi 04 Oktober 2019 di Kantor Bertuahpos.com.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang  
 1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:  
 a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.  
 b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.  
 2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

Hak Cipta dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:  
 a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.  
 b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.

2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

© Hak Cipta milik UIN Suska Riau

Untuk melakukan pemilihan strategi komunikasi dalam memilih komunikator buissnes devlopment, bertuahpos.com menunjuk orang yang dapat dipercaya dengan kereteria pengalaman dan tutur bahasa yang baik.

“berpengalaman dalam melakukan pendekatan serta mempunyai tutur bahasa yang baik yang menjadi penentuan bertuahpos.com dalam memilih komunikator buissnes devlopment.”<sup>61</sup>

Kemudian, Hari Jummaulana selaku komunikator buissnes devlopment juga menambahkan:

“untuk masalah pendidikan ataupun embel-embel, beliau tidak mempermasalahkan. Beliau hanya lebih menekankan agar perilaku, tutur kata, dan selalu sopan santun jika bertemu dengan klayen”.<sup>62</sup>

Dengan pengalaman yang dimiliki oleh seseorang dalam melakukan pendekatan tentu akan mudah dalam melakukan pendekatan dengan berbagi pihak. Selain itu, pengalaman yang dimiliki juga bisa membaca dan meramalkan sifat dan kondisi dari klayen yang akan diajak kerjasama. Sedangkan orang yang memiliki tutur bahasa yang baik akan membuat orang lain menjadi semakin percaya dan tentu saja keakraban akan cepat terjalin antara kedua belah pihak.

Secara penetapan, tugas dari komunikator buissnes devlopment seperti yang dikatakan Muhammad Junaidi selaku pimpinan redaksi bertuahpos.com bahwa:

“tugas utama dari komunikator buissnes devlopment adalah untuk mencari iklan dan menjalin hubungan kerjasama baik dengan perusahaan lain maupun dengan instansi pemerintahan”.<sup>63</sup>

Kemudian, dari wawancara yang dilakukan penulis terhadap informan penelitian yang menjabat sebagai buissnes devlopment mengatakan bahwa:

“selama saya menjadi buissnes devlopment memang arahan yang diberikan dari pimpinan mengenai tugas saya yaitu sebagai pemcari iklan

<sup>61</sup> Hasil Wawancara Dengan Muhammad Junaidi 04 Oktober 2019 di Kantor Bertuahpos.com.

<sup>62</sup> Hasil Wawancara Dengan Hari Jummaulana 10 Oktober 2019 di Kantor Bertuahpos.com.

<sup>63</sup> Hasil Wawancara Dengan Muhammad Junaidi 04 Oktober 2019 di Kantor Bertuahpos.com.

dan menjalin hubungan baik dengan berbagai pihak, namun saya juga tidak dilarang untuk membuat berita”.<sup>64</sup>

*Says what* (pesan:mengatakan apa)

Pesan *Brand Awareness*

Setelah peneliti melakukan penelitian langsung, didapati bahwa apa yang menjadi model komunikasi bertuahpos.com dalam menghadapi dunia persaingan bisnis media online yaitu dengan memperkuat *brand awareness*.

“ yang pertama itu bagaimana bertuhapos.com untuk memperkuat *brand* atau *brand awareness* terhadap masyarakat atau pembacanya”.<sup>65</sup>

Langkah awal dari model komunikasi yang digunakan oleh bertuahpos.com seperti yang dikutip di atas sesuai dengan hasil wawancara, dapat penulis jelaskan bahwa *brand awareness* adalah kemampuan konsumen dalam mengenali atau mengingat sebuah merek, termasuk nama, gambar, logo, dan juga slogan-slogan tertentu yang pernah digunakan oleh *brand* tersebut dalam mempromosikan produk-produk mereka. Kemampuan konsumen untuk mengenal dan mengingat *brand* berperan besar keputusan seseorang untuk membeli barang atau melihat situs. *Brand awareness* sangat penting bagi bisnis apapun karena tidak hanya mendukung konsumen untuk membeli atau menggunakan jasa dari bisnis tersebut, melainkan juga untuk membuat konsumen terus menerus menjadi pelanggan dari bisnis tersebut. *Brand awareness* juga biasa digunakan sebagai alat ukur dari sebuah kinerja *brand* dan juga penambah nilai bagi sebuah produk jasa, atau perusahaan.

Bertuahpos.com memilih langkah awal perencanaan seperti yang tertera di atas karena bertuahpos.com menilai langkah tersebut adalah awal dari semua perencanaan dan kegiatan selanjutnya yang akan dilakukan.

“karena *brand awareness* atau nama itu untuk membuat orang tau serta cara untuk mengenalkan dan memperkuat bisnis kita di masyarakat baik itu dalam waktu sekarang hingga waktu yang tak ditentukan”.<sup>66</sup>

<sup>64</sup> Hasil Wawancara Dengan Hari Jummaulana 10 Oktober 2019 di Kantor Bertuahpos.com.

<sup>65</sup> Hasil Wawancara Dengan Muhammad Junaidi 04 Oktober 2019 di Kantor Bertuahpos.com.

Dari data hasil wawancara di atas, dapat disimpulkan bahwa mengapa bertuahpos.com memilih model komunikasi *brand awareness* di karenakan hal tersebut merupakan model komunikasi yang paling cocok digunakan untuk memperkenalkan bertuahpos.com yang bernaung di dalam bisnis jasa persuratkabaran. Untuk memperkenalkan secara luas nama bertuahpos.com, maka menggunakan model komunikasi *brand awareness* agar nama bertuahpos.com semakin diingat oleh masyarakat serta untuk menaikkan citra dari bertuahpos.com.

Selanjutnya, untuk memperkenalkan nama bertuahpos.com kemasyarakat dengan menggunakan model komunikasi *brand awareness*, PT. Citra Media Bertuah melihat tiga aspek yaitu publikasi, membuat komunikasi yang lebih intes kepembaca, dan membangun interaksi seperti kuis, sayembara, lomba-lomba dan menjadi sponsor ataupun media partner seperti yang diungkapkan oleh pemimpin redaksi bertuahpos.com di bawah ini.

“tentunya bertuahpos.com melihat tiga aspek utama yaitu memperkuat konten-konten berita yang dipublikasikan, mencoba membuat komunikasi yang lebih intes ke pada para pembaca, dan membangun ineraksi ke pada masyarakat dengan cara seperi menagadakan kuis, sayembara, lomba-lomba dan menjadi sponsor ataupun media patner serta mencoba mengembangkan bisnis ke daerah-daerah di seluruh Indonesia”.<sup>67</sup>

Tiga aspek yang menjadi dasar dari bertuahpos.com untuk melakukan model komunikasi *brand awareness* di atas, dapat penulis jelaskan maksud dari tiga aspek tersebut yang pertama yaitu publikasi. Publikasi yang dimaksud ialah berupa judul berita, isi berita, kelengkapan narasumber dan fitur yang ada pada berita. Dalam artian bahwa berita yang akan dipublikasikan haruslah memenuhi syarat yang ditentukan oleh bertuahpos.com sebagaimana yang tertera di atas. Tentu saja ini akan semakin membuat citra dari pertuahpos.com menjadi baik dan juga semakin menambah kepercayaan dari para pembacanya.

<sup>66</sup> Hasil Wawancara Dengan Muhammad Junaidi 04 Oktober 2019 di Kantor Bertuahpos.com.

<sup>67</sup> Hasil Wawancara Dengan Muhammad Junaidi 04 Oktober 2019 di Kantor Bertuahpos.com.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang  
1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:  
a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.  
b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.  
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.





- Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang  
 Hak Milik UIN Suska Riau  
 © 2015 Islamic University of Sultan Syarif Kasim Riau
1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
    - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
    - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
  2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

Aspek kedua yang dimaksud berupa mencoba membuat komunikasi yang lebih intens ke pada para pembaca ialah penulisan atau pengambilan kata-kata yang mudah dipahami dan dimengerti oleh para pembaca. Terkadang banyak masyarakat atau pembaca sulit untuk memahai isi berita dikarenakan bahas yang digunakan terlalu tinggi sehingga apa yang disampaikan oleh penulis tidak bisa di terima oleh para pembaca. Maka dari itu bertuahpos.com mencoba untuk membuat komunikasi yang lebih intens pada berita yang akan dipublikasikan.

Kemudian aspek ketiga, membangun interaksi kepada masyarakat ataupun pembaca maksudnya ialah untuk lebih dekat kepada para pembaca juga masyarakat sekitar dengan cara yang dipilih yaitu berupa mengadakan kuis, sayembara, lomba-lomba, dan menjadi sponsor ataupun media partner. Kuis yang diadakan oleh bertuahpos.com seperti bertanya ustad, tujuannya yaitu bagi masyarakat yang ingin bertany kepada para ustad bisa disampaikan melalui bertuahpos.com berulah kemudian pihak dari bertuah akan menyampaikan lalu beri jawaban dalam bentuk vidio. Untuk lomba, biasanya bertuahpos.com mengadakan pada hari-hari besar seperti pada hari kemerdekaan Negara Republik Indonesia. Sponsor ataupun media partner bagi perusahaan merupakan bagian dari eksternal perusahaan itu sendiri, dan dalam hal ini bertuahpos.com sudah banyak mensponsori beberapa acara salah satunya pada acara kartini festival yang diadakan oleh mahasiwa UIN Suska Riau.

## 2) Pesan Konten

Selanjutnya, model komunikasi dalam menentukan pesan yang dilakukan oleh bertuahpos.com dalam menghadapi persaingan bisnis media online di Riau yaitu dengan membuat konten yang berbeda.

“kemudian, langkah selanjutnya yaitu dengan menentukan atau membuat konten yang berbeda serta menarik dengan media lainnya”.<sup>68</sup>

Dalam setiap perusahaan media online tentunya memiliki konten yang berbeda dengan media lain. Hal ini juga yang dilakukan oleh bertuahpos.com untuk mencapai tujuan mereka. Konten adalah suatu informasi yang tersedia

<sup>68</sup> Hasil Wawancara Dengan Melba Ferry Fadly 06 Oktober 2019 di Kantor Bertuahpos.com.

- Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang
- © Hak Cipta milik UIN Suska Riau
- Sate Islamic University of Sultan Syarif Kasim Riau
1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
    - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
    - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
  2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

melalui media atau produk elektronik. Konten media merupakan berbagai segala bentuk konten atau isi dalam sebuah media di Dunia teknologi yang pada saat ini sudah berbagai bentuk konten yang terbentuk melalui buatan dari pada pengguna sistem atau layanan online yang seringkali dilakukan lewat sebuah situs media sosial. Pemilihan konten yang di maksud bertuahpos.com terutama dari segi keberitaan mereka.

Pemilihan model komunikasi pesan konten, ditetapkan untuk membuat perbedaan dengan media online lainnya.

“karena dengan konten, kami bisa membuat perbedaan dengan media lain dan tentu semua media juga memiliki konten masing-masing”.<sup>69</sup>

Model komunikasi pesan memilih konten tentu bertujuan untuk membedakan media bertuahpos.com dengan media lainnya. Konten juga bisa menjadi ciri khas bagi suatu perusahaan atau organisasi yang membuat semakin berbedanya satu media dengan media lain. Pemilihan konten berbeda yang dilakukan bertuahpos.com juga menjadi fokus dan tujuan yang bertuahpos.com harapkan.

Untuk melakukan pemilihan konten yang berbeda dengan media lain tersebut, bertuahpos.com menggunakan penetapan kriteria berita layak siar/layak diterbitkan.

“bertuahpos.com menentukan berita yang layak diterbitkan dengan menentukan beberapa kriteria seperti kehangatan, dramatis, tokoh, misi, magnitude, human interest, pertama kali, unik, eksklusif, relevansi, prestisius, tren, dan angle lain”.<sup>70</sup>

Bertuahpos.com menetapkan beberapa kriteria berita yang layak diterbitkan seperti di atas dapat penulis jelaskan yaitu kehangatan: peristiwa atau informasi mengenai peristiwa yang sedang dibicarakan publik, dramatis: kejadiannya menguncang perasaan, tokoh: menyangkut orang terkenal, misi: menyebarkan demokratisasi dan pluralisme, magnitude: skala besarnya masalah,

<sup>69</sup> Hasil Wawancara Dengan Melba Ferry Fadly 06 Oktober 2019 di Kantor Bertuahpos.com.

<sup>70</sup> Hasil Wawancara Dengan Muhammad Junaidi 04 Oktober 2019 di Kantor Bertuahpos.com.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

uman interest: kisah-kisah yang menyangkut kemanusiaan, pertama kali: sesuatu yang baru pertama kali terjadi, unik: peristiwa yang tidak lazim, tak ada duanya, eksklusif: informasinya tidak didapatkan oleh media lain, relevansi: berkaitan dengan dampaknya terhadap publik, prestisius: wawancara dengan tokoh yang susah ditemui, penting, atau fenomenal, tren: perkembangan yang terjadi di masyarakat menyangkut gaya hidup atau fenomenal sosial, dan angle lin: peristiwa yang sudah luas diberitakan dan dikupas tetapi ternyata masih mengandung sudut pandang lain yang menarik.

**c. *In-wich channel*** (saluran komunikasi:pada saluran yang mana)

1. Media *Face To Face*

Model komunikasi pemilihan media merupakan sarana yang digunakan oleh sebuah perusahaan untuk menyampaikan pesan dengan tujuan yang telah diinginkan. Pemilihan media yang tepat akan mempermudah menjalankan model komunikasi bertuahpos.com dalam menghadapi persaingan bisnis media online di Riau. Seperti yang dikatakan oleh junadi, informan dari penelitian ini yaitu mediana yang paling pertama tatapmuka.

“mediana yang pertama ialah tatapmuka secara langsung baik dengan kelompok masyarakat, perusahaan, dan instansi pemerintahan”.<sup>71</sup>

Dalam menentukan media, model komunikasi pertama yang dipilih bertuahpos.com yaitu dengan *face to face* secara langsung yang bertujuan untuk menyampaikan informasi tentang kelebihan-kelebihan dan keunggulan dari bertuahpos.com kepada khalayak ataupun instansi pemerintahan dan juga perusahaan lain yang mana media ini sangat efektif untuk menyampaikan suatu informasi.

Kemudian, alasan bertuahpos.com memilih model komunikasi media *face to face* seperti yang sampaikan oleh hari jummaulana yaitu karena sangat efektif, menjalin hubungan baik, serta menimbulkan kearaban.

<sup>71</sup> Hasil Wawancara Dengan Muhammad Junaidi 04 Oktober 2019 di Kantor Bertuahpos.com.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang  
 1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:  
 a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.  
 b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.  
 2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

“yang pertaman yaitu karena dengan betemu secara langsung, pesan yang ingin disampaikan bisa sangat efektif dan hal ini bisa lebih memperbaiki hubungan kami serta akan menimbulkan keakraban antara kami”.<sup>72</sup>

Model komunikasi media *face to face* memberikan dampak positif secara langsung terhadap si penyampai pesan atau komunikator yang bertugas dalam melaksanakan tugas ini. Hal utama yang dirasakan tentu efektif nya pesan yang disampaikan, kemudian kedekatan dari mereka akan bertambah baik. Tetu dengan menjadi keakraban akan menimbulkan suatu keuntungan jangka panjang yang terjadi pada kedua belah pihak.

Untuk melakukan semua itu, bertuahpos.com memilih hal sebagai berikut seperti yang disampaikan oleh hari jummaulana yaitu dengan menjadi sponsor acara, sebagai media *partner* sebuah acara.

“untuk masyarakat/komunitas, biasanya kami mendukung mereka dengan menjadi sponsor mereka ataupun sebagai media *partner* mereka”.<sup>73</sup>

Model komunikasi pemilihan media *face to face* yang dipilih bertuahpos.com dilakukan dengan dua cara seperti apa yang telah dikatakan oleh hari jummaulana yaitu sebagi media sponsor untuk komunitas yang sedang melakukan acara. Degan begitu, bertuahpos.com bisa mengenalkan diri mereka kepada khalayak melalui acara yang dilakukan komunitas tersebut. Kemudian bertuahpos.com juga menjadi media *partner* untuk sebuah acara komunitas.

## 2. Media Sosial (Medsos)

Model komunikasi bertuahpos.com dalam menghadapi persaingan bisnis media online di Riau yang juga berupa pesan untuk menyampaikan informasi serta menunjukkan keunggulan kepada masyarakat luas, bertuahpos.com menyampaikan dengan menggunakan media sosial seperti Instagram (@bertuahpos), Facebook (@bertuahpos.com), Youtube (bertuah pos), dan masih banyak lagi media sosial lain.

<sup>72</sup> Hasil Wawancara Dengan Hari Jummaulana 10 Oktober 2019 di Kantor Bertuahpos.com.

<sup>73</sup> Hasil Wawancara Dengan Hari Jummaulana 10 Oktober 2019 di Kantor Bertuahpos.com.



Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang  
 1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:  
 a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.  
 b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.  
 2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

“yang pasti untuk media sosial yang digemari masyarakat sekarang ini seperti instagram, youtube, facebook, dan masih banyak media sosial lain yang juga bertuahpos.com salah satunya seperti blogger, linkdin, dan sebagainya”.<sup>74</sup>

Media sosial yang digunakan bertuahpos.com akan berdampak luas dan membantu secara intens untuk diketahui oleh masyarakat luas. Dengan perkembangan teknologi yang sangat pesat terutama dalam media sosial dimanfaatkan bertuahpos.com untuk menggunakan model komunikasi mereka dalam menghadapi persaingan bisnis media online di Riau ini mupun juga di Seluruh Indonesia dan bahkan Dunia. Dengan media sosial ini tentunya yang menjadi harapan bertuahpos.com sebagai portal berita dan bisnis bisa semakin diketahui oleh masyarakat luas dan menjadi media yang terpercaya.

Dengan media sosial yang bertuahpos.com gunakan, akan mempermudah dan mempercepat penyampaian informasi yang diberikan kemasyarakat. Hal ini yang menjadi alasan pemilihan model komunikasi pemilihan media sosial seperti yang dikatakan oleh junaidi.

“karena yang pasti mempermudah dan mempercepat bertuahpos.com untuk menyampaikan informasi kemasyarakat luas, mudah diakses serta tidak banyak memerlukan biaya”.<sup>75</sup>

Kemudahan dan kemampuan media sosial yang dapat mempercepat penyampaian informasi serta kemudahan dalam mengakses media sosial tanpa memerlukan banyak biaya membuat bertuahpos.com menjadikan alasan mereka dalam memilih model komunikasi pemilihan media. Alasan yang diutarakan bertuahpos.com juga mengacu pada perkembangan zaman yang mana pada saat ini dunia terknologi sudah menjadi kerbiasaan masyarakat di dalam kehidupan serta untuk memenuhi kebutuhan informasi yang diperlukan, masyarakat banyak menggunakan media sosial sehari-harinya. Sebagai perusahaan persuratkabara, hal ini tentu sangat dimanfaatkan sebaik mungkin untuk menekan biaya produksi.

<sup>74</sup> Hasil Wawancara Dengan Hari Jummaulana 10 Oktober 2019 di Kantor Bertuahpos.com.

<sup>75</sup> Hasil Wawancara Dengan Muhammad Junaidi 04 Oktober 2019 di Kantor Bertuahpos.com.

## Media Grup

Selain dua strategi pemilihan media di atas, bertuahpos.com juga menggunakan media grup sebagai model komunikasi bertuahpos.com dalam menghadapi persaingan bisnis media online di Riau seperti yang diungkapkan oleh Junaidi selaku pimred sebagai berikut:

“selain dua model komunikasi media yang bertuahpos.com gunakan, bertuahpos.com juga mempunyai media grup untuk lebih menarik para perusahaan yang ingin melakukan kerja sama”.<sup>76</sup>

Hari Jummulana yang berperan sebagai komunikator buissnes devlopment juga menambahkan bahwa:

“model pemilihan komunikasi media gurp ini lebih kepada untuk memberikan kopensasi kepada pihak kerjasama seperti contoh bayar pada satu media, tapi juga terbit di media grup bertuahpos.com”.<sup>77</sup>

Dalam pemilihan model komunikasi media grup yang dipaparkan di atas, bertuahpos.com ingin menarik pihak lain untuk dapat melakukan kerja sama dengan bertuahpos.com dikarenakan bertuahpos.com memiliki beberapa media grup yang juga berkontribusi dalam mempromosikan hasil kerjasama antara bertuahpos.com dengan pihak lain. Dalam hal ini, media grup yang tergabung dengan bertuahpos.com seperti yang dikemukakan oleh junaidi yaitu:

“media grup yang tergabung dengan bertuahpos.com yaitu ada empat media termasuk bertuahpos.com, kemudian salisma.com, kemudian ekonomi.com, dan jabar.com”.<sup>78</sup>

Dengan adanya empat media grup yang tergabung dengan bertuahpos.com diharapkan mampu untuk membuat bertuahpos.com terus bersaing dengan media yang ada. Media grup sebagai pendorong bertuahpos.com dibutuhkan untuk menunjang performa bertuahpos.com.

<sup>76</sup> Hasil Wawancara Dengan Muhammad Junaidi 04 Oktober 2019 di Kantor Bertuahpos.com.

<sup>77</sup> Hasil Wawancara Dengan Hari Jummulana 21 Oktober 2019 di Kantor Bertuahpos.com.

<sup>78</sup> Hasil Wawancara Dengan Muhammad Junaidi 04 Oktober 2019 di Kantor Bertuahpos.com.

*To whom* (penerima:kepada siapa)

Khalayak Sasaran (lembaga, kelompok, individu)

Model komunikasi dalam pemilihan khalayak yang pertama ialah lembaga, dalam hal ini komunikan merupakan orang yang akan menerima pesan-pesan yang disampaikan komunikator. Lembaga yang menjadi sasaran bertuahpos.com berupa instansi pemerintahan dan perusahaan lain. Kemudian kelompok yang dimaksud yaitu komunitas-komunitas ataupun kelompok masyarakat yang berada di ruang lingkup bertuahpos.com. Sedangkan untuk individu yang menjadi sasaran bertuahpos.com yaitu orang-orang yang memiliki peranan penting dalam sebuah lembaga. Hal ini senada dengan yang diungkapkan oleh Junaidi.

“yang menjadi target sasaran khalayak bertuahpos.com yaitu instansi pemerintahan, perusahaan-perusahaan lain (lembaga), kemudian kelompok-kelompok atau juga komunitas, terus individu yang memiliki peranan penting atau yang memegang jabatan”.<sup>79</sup>

Sudah tergambar dengan jelas bahwa model komunikasi pemilihan khalayak yang menjadi sasaran dari bertuahpos.com ialah khalayak yang mempunyai pengaruh besar baik dari segi kepemimpinan maupun dari segi ekonomi yang mana harapan dari tujuan pemilihan khalayak ini yaitu untuk memajukan bertuahpos.com baik dalam hal pendekatan kemasyarakatan (citra positif) ataupun pertumbuhan ekonominya. Lembaga yang menjadi maksud ialah seperti instansi pemerintahan, sedangkan perusahaan lain ialah perusahaan yang bisa bekerjasama dengan bertuahpos.com. Untuk kelompok atau komunitas ini bisa lebih jelas diterangkan ialah seperti komunitas yang melakukan kegiatan dan kemudian disponsori atau sebagai media *partner* dalam sebuah acara. Sedangkan untuk individu biasanya bertuahpos.com mencari orang yang memiliki jabatan dan memegang kekuasaan pada suatu lembaga.

Model komunikasi khalayak sasaran ini dipilih bertuahpos.com dengan alasan untuk membangun citra perusahaan dan tentu saja perekonomian

<sup>79</sup> Hasil Wawancara Dengan Muhammad Junaidi 04 Oktober 2019 di Kantor Bertuahpos.com.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang  
 1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:  
 a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.  
 b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.  
 2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

2. Dilarang mengemukakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.

Bertuahpos.com. Hal ini senada dengan apa yang diungkapkan hari jummaulana selaku menejer buissnes devlopment bertuahpos.com.

“karena itu akan berdampak pada citra bertuahpos.com dimata perusahaan lain ataupun instansi pemerintahan. Terus yang tidak dilupakan karena dengan begitu bisa mendukung perekomonian bertuahpos.com”.<sup>80</sup>

Model komunikasi dalam hal pemilihan khalayak yang dipilih bertuahpos.com yang berupa khalayak sasaran merupakan target yang dituju. Berdasarkan hasil wawancara di atas, dapat penulis jelaskan bahwa model komunikasi yang dipilih bertuahpos.com yaitu untuk dapat membangun citra bertuahpos.com untuk masa jangka waktu panjang karena hal itu menyangkut dengan keberlangsungan bertuahpos.com. selain untuk masa depan bertuahpos.com, keuangan yang menjadi sumber penghasilan bertuahpos.com harus dilakukan dengan menuju sasaran khalayak yang akan dituju.

## 2. Khalayak Umum

Model komunikasi selanjutnya yang menjadi target bertuahpos.com yaitu khalayak umum, maksudnya ialah masyarakat luas yang berada di seluru Indonesia yang disampaikan melalui media sosial dan website yang bertuahpos.com miliki untuk menyebarkan informasi seperti yang diungkapkan juanaidi bahwa:

“target sasaran selanjutnya yaitu khalayak umum yang mana bertuahpos.com melakukannya dengan menggunakan media sosial yang bertuahpos.com miliki dan tentunya dengan website bertuahpos.com sebagai portal berita dan bisnis”.<sup>81</sup>

Model komunikasi bertuahpos.com selanjutnya dalam menentukan khalayak yaitu pada khalayak umum, yang berarti masyarakat luas yang beradadi seluruh Indonesia ataupun bahkan Dunia dengan menggunakan media sosial dan website yang bisa menjangkau seluruh masyarakat. Dengan dukugan teknologi yang cangih saat ini, bertuahpos.com bisa memperkenalkan diri dimata

<sup>80</sup> Hasil Wawancara Dengan Hari Jummaulana 10 Oktober 2019 di Kantor Bertuahpos.com.

<sup>81</sup> Hasil Wawancara Dengan Muhammad Junaidi 04 Oktober 2019 di Kantor Bertuahpos.com.



masyarakat Indonesia dan bahkan masyarakat Dunia seperti yang disampaikan oleh Junaidi.

“karena tujuan bertuahpos.com yaitu untuk memberikan informasi kepada masyarakat luas baik dengan website juga dengan media sosial yang trending sekarang”.<sup>82</sup>

Sesuai dengan tujuan bertuahpos.com yaitu menjadi referensi portal berita dan bisnis bagi masyarakat luas, maka model komunikasi bertuahpos.com selanjutnya yaitu khalayak umum. Dengan banyaknya masyarakat umum yang melihat situs website bertuahpos.com maka rank bertuahpos.com akan meningkat dan itu sangat menguntungkan bagi bertuahpos.com dalam menghadapi persaingan bisnis media online.

**e. With what effect** (pengaruh:dengan dampak apa)

1. Efek Dari Khalayak Umum

Pesan yang disampaikan oleh komunikator kepada komunikan tentu akan menimbulkan reaksi dari berbagai sudut pandang penilaian komunikan yang juga bisa bertuahpos.com melalui banyaknya suatu berita yang dilihat atau pun dibaca masyarakat untuk website bertuahpos.com. Sedangkan untuk media sosial, bisa dilihat dari kolom komentar baik itu Instagram, Facebook, ataupun YouTube. Sebagaimana seperti yang diungkapkan oleh Junaidi selaku pimpinan bertuahpos.com.

“untuk melihat efeknya, bertuahpos.com cukup melihat view(melihat) seberapa banyak dalam satu berita. Sedangkan untuk media sosial, bertuahpos.com melihat di kolom komentar”.<sup>83</sup>

Efek yang ditimbulkan dari pesan yang disampaikan komunikator kepada komunikan terkhusus pesan yang disampaikan berupa informasi kepada khalayak luas menimbulkan seberapa besar pesan diterima, dilihat, dan dibaca. Semakin banyak pesan yang disampaikan komunikator tersebut diterima, dilihat, dan dibaca maka semakin menambah kepercayaan perusahaan lain terhadap

<sup>82</sup> Hasil Wawancara Dengan Muhammad Junaidi 04 Oktober 2019 di Kantor Bertuahpos.com.

<sup>83</sup> Hasil Wawancara Dengan Muhammad Junaidi 04 Oktober 2019 di Kantor Bertuahpos.com.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang  
 1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:  
 a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.  
 b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.  
 2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

©Hak cipta milik UIN Suska Riau  
 UIN Islamic University of Sultan Syarif Kasim Riau

2. Dilarang mengumumkannya dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.

bertuahpos.com. Kemudian bertuahpos.com juga bisa memberikan balasan terhadap respon khalayak melalui media sosial yang berada pada kolom komentar pada hal tersebut memerlukan jawaban dari pihak bertuahpos.com.

Selain dua hal di atas, bertuahpos.com juga menyediakan program tanya jawab yang digagas melalui media sosial youtube bagi setiap masyarakat yang ingin bertanya terkait dengan agama islam. Hal ini seperti apa yang dikatakan oleh melba selaku wartawan dan pengagas program tanya jawab.

“untuk setiap minggunya, bertuahpos.com membuka sesi tanya jawab melalui kolom komentar instagram, facebook, dan juga youtube dan nanti akan diberikan jawaban dari pertanyaan mereka melalui media sosial yang berbentuk video”.<sup>84</sup>

Pernyataan di atas memperlihatkan bahwasanya pihak bertuahpos.com menyediakan tempat untuk melakukan komunikasi tanya jawab bagi seluruh masyarakat luas dengan memanfaatkan media sosial sebagai jembatan penghubung yang mana hal ini tentu tidak memerlukan waktu yang lama dan tidak harus bertemu bisa melakukan diskusi online dengan pihak bertuahpos.com secara langsung.

## 2. Efek Dari Khalayak Sasaran

Strategi komunikasi yang digunakan akan menimbulkan efek pada pesan yang disampaikan oleh komunikator terutama pada khalayak yang menjadi sasaran bertuahpos.com yang terlihat menyambut pesan itu dengan lebih baik dengan penyampaian pesan secara langsung dan bahkan diskusi yang dilakukan kedua belah pihak menyapai hasil yang diinginkan. Hal ini diungkapkan oleh hari jummulana selaku buissnes devloppen bertuahpos.com.

“respon dari lembaga perusahaan, instansi pemerintahan, kelompok, serta individu sejauh ini selalu ditanggapi dengan positif bahkan dari pertemuan yang bertuahpos.com lakukan mencapai kerjasama yang saling menguntungkan kedua belah pihak”.<sup>85</sup>

<sup>84</sup> Hasil Wawancara Dengan Melba Ferry Fadly 06 Oktober 2019 di Kantor Bertuahpos.com.

<sup>85</sup> Hasil Wawancara Dengan Hari Jummulana 10 Oktober 2019 di Kantor Bertuahpos.com.

- Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang
1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
    - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
    - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
  2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

Efek dari pesan yang disampaikan bertuahpos.com melalui komunikator business development terlihat dari hasil wawancara di atas mendapat banyak respon positif dari berbagai target khalayak yang menjadi sasaran bertuahpos.com. Hal ini terjadi dengan penjelasan yang diuraikan di atas dapat penulis simpulkan bahwa strategi komunikasi yang dibangun bertuahpos.com dalam melakukan pemilihan komunikator serta penyampaian pesan yang bertuahpos.com lakukan membuahkan hasil yang cukup maksimal.

Efek yang ditimbulkan dari hasil pertemuan kedua belah pihak bahkan tidak hanya pada saat jam kerja saja melainkan sudah pada tahap petemanan yang berkepanjangan, ujar Hari Jummaulana.

“bahkan dari kedua belah pihak pertemuan kami tidak hanya sebatas pekerjaan saja, namun sudah lebih dekat. Yah bisa dibilang sudah seperti teman”.<sup>86</sup>

Dari hasil penjelasan wawancara di atas, penulis dapat menyimpulkan bahwa strategi komunikasi dari bertuahpos.com yang dilakukan untuk menghadapi persaingan bisnis media online di Riau cukup berhasil dengan ditandainya efek balik yang ditimbulkan baik dari khalayak umum maupun dari khalayak target sasaran bertuahpos.com. Bahkan terjadi hubungan baik antara bertuahpos.com dengan pihak kedua bahkan tidak membicarakan masalah pekerjaan ataupun kerjasama merka. Tentu semua hal tersebut tidak lepas dari komunikatior yang dipilih bertuahpos.com dalam menyampaikan pesan.

## B. Pembahasan

Setelah sajian data yang penulis sajikan, selanjutnya data tersebut dianalisis untuk mengetahui bagaimana model komunikasi bertuahpos.com dalam menghadapi persaingan bisnis media online di Riau Analisis data dimaksudkan untuk menganalisis data dari hasil catatan lapangan, atau dari sumber informasi yang diperoleh. Setelah data terkumpul maka dilakukanlah pengaturan, mengurutkan, mengelompokkan dan mengkategorikannya, sehingga dapat

<sup>86</sup> Hasil Wawancara Dengan Hari Jummaulana 10 Oktober 2019 di Kantor Bertuahpos.com.

2. Dilarang mengemukakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

- a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
- b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.

Menjadi suatu tuntunan mengenai penelitian Model Komunikasi Bertuahpos.com dalam menghadapi Persaingan Bisnsi Media online Di Riau.

Dalam analisis penelitian ini penulis menggunakan metode analisis deskriptif kualitatif, artinya penulis akan menggambarkan secara fakta atau data-data yang diperoleh pada saat pengumpulan data secara faktual dan cermat untuk kemudian dijelaskan dan diambil sebuah kesimpulan dari penelitian ini yaitu model komunikasi bertuahpos.com dalam menghadapi persaingan bisnis media online di Riau.

**a. Who** (sumber:siapa)

Komunikator merupakan pihak yang bertindak sebagai pelaku atau sumber pesan dalam suatu kegiatan komunikasi. Dapat dikatakan komunikator merupakan seorang atau sekelompok orang yang mengirim pesan ketika terjadinya suatu kegiatan komunikasi. Karena komunikatorlah yang memahami penyusunan pesan, memilih media yang tepat, dan cara mendekati khalayak yang akan menjadi target sasaran, dan juga efek yang ditimbulkan. Sebagai pelaku utama dalam aktifitas komunikasi, komunikator memegang peran yang sangat penting, Untuk itu seorang komunikator yang akan bertindak sebagai ujung tombak suatu program harus terampil dalam berkomunikasi, kaya ide serta penuh kreatifitas.<sup>87</sup>

Dari hasil temuan peneliti berdasarkan wawancara yang disajikan pada hasil di atas, bahwa penentuan komunikator dari bertuahpos.com untuk menghadapi persaingan bisnis media online di Riau ialah adanya dua komunikator yang bertanggung jawab dalam menyampaikan pesan yaitu komunikator wartawan dan komunikator buissnes devlopment. Komunikator wartwan bertugas untuk menyampaikan pesan yang berupa informasi kepada khalayak luas dengan standar etika kejournalistikan yang berlaku. Pemilihan komunikator wartawan yang dilakukan bertuahpos.com untuk menentukan standar atau yang menjadi tolak ukur bertuahpos.com ialah dengan kegemaran seseorang dalam menulis sesuatu, artinya orang yang dipilih untuk menjadi komunikator wartawan haruslah punya keinginan menulis yang tinggi dengan bahas yang baik pula, kemudian

<sup>87</sup> Hafied Changra, *peencanaan dan strategi komunikasi*. (Jakarta: Raja Grafindo persada, 2013), 108.

saingin tau yang berada pada dirinya untuk mengetahui lebih banyak informasi, serta pengetahuan seseorang dengan etika kejournalistikannya.

Untuk pemilihan komunikator buissnes devlopment, bertuahpos.com melakukan penentuan dengan melihat pengalaman orang tersebut, kemudian orang tersebut mempunyai pribahasa dan tutur bahasa yang baik untuk menyampaikan pesan kepada komunikan. Pemilihan komunikator buissnes devlopment diharapkan bertuahpos.com agar dapat membantu pembentukan citra bertuahpos.com dimata khalayak luas maupun khalayak tertentu yang menjadi sasaran bertuahpos.com, serta pemilihan ini ditujukan untuk dapat membangun perekonomian bertuahpos.com.

Komunikator berperan menyebarkan pesan baik yang berupa informasi maupun yang berupa keungulan-keungulan bertuahpos.com kepada khalayak dengan sebaik mungkin agar dapat diterima khalayak yang nantinya akan menimbulkan citra positif bagi bertuahpos.com untuk mengarungi persaingan bisnis media online. Komunikator-komunikator ini juga diharapkan dapat merangkual masyarakat untuk mencegah informasi hoax yang kian hari semakin menjadi-jadi dikalangan masyarakt dengan cara memberikan informasi yang jelas akan sumbernya dan tidak mudah cepat terpengaruh dengan informasi yang beredar sebelum memastikan keberanan suatu informasi tersebut.

Model komunikasi dalam hal pemilihan komunikator peneliti lihat cukup membahahkan hasil dengan ditandainya hubungan kerjasama yang terjalin dari beberapa perusahaan dengan bertuahpos.com dan bahkan komunikator bertuahpos.com dapat menjalin hubungan baik dengan pihak lain meskipun tidak dalam ruanglingkup kerja yang artinya dari kedua belah pihak selan menjadi partner kerja, mereka juga menjadi teman diluar jam kerja. Artinya model komunikasi bertuahpos.com dalam hal memilih komunikator dengan beberapa tolak ukur yang ditentukan bertuahpos.com sesuai dengan apa yang bertuahpos.com inginkan dalam menghadapi persaingan bisnis media online ini.

Sebagaimana yang dijelaskan oleh hafied cangara bahawa ada syarat yang mesti dimiliki komunikator, yakni: (1) Kriteria latar belakang komunikator (2)

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.



standarisasi kredibilitas komunikator (3) Standarisasi daya tarik komunikator.<sup>88</sup> Kriteria, kredibilitas, daya tarik disebabkan cara bicara yang sopan serta murah senyum yang dimiliki seorang komunikator melalui argumentasi dan dalam mengendalikan emosi pendengarannya. Beberapa kriteria tersebut sudah dimiliki oleh komunikator yang ditunjuk bertuahpos.com untuk menyampaikan pesan kepada khalayak.

Berdasarkan analisis penulis atau analisis hasil penelitian yang telah dilakukan bahwa bertuahpos.com dalam menghadapi persaingan bisnis media online memiliki lima model dalam memilih komunikator. Pertama yaitu kegemaran menulis, kedua yaitu rasa ingin tau yang besara, ketiga yaitu memahami kode etik kejournalistikan, keempat yaitu pengalaman yang dimiliki, dan kelima yaitu memiliki kepribadian yang baik dalam kata maupun bahasa. Dalam pemilihan komunikator tersebut, bertuahpos.com tidak membebankan komunikatornya harus mempunyai latar belakang pendidikan ilmu komunikasi ataupun memiliki latar belakang pendidikan yang tinggi.

#### b. *Says what* (pesan:mengatakan apa)

Pesan adalah pernyataan yang disampaikan pengirim kepada penerima atau pesan yang disampaikan komunikator kepada komunikan. Pesan adalah segala sesuatu yang disampaikan oleh seseorang dalam bentuk simbol, tanda yang diapresiasi dan diterima oleh khalayak dalam serangkaian makna.

Menurut bentuknya simbol yang disampaikan dapat dibedakan atas dua macam yakni, simbol verbal dan non verbal. Simbol verbal dalam pemakaiannya menggunakan bahasa, sedangkan non verbal ialah menggunakan tanda isyarat dari tubuh (*body language*). Pesan sangat tergantung pada program yang disampaikan. penyajian pesan yaitu menentukan tema dan materi dengan orientasi agar mampu membangkitkan kesadaran berkebudayaan. Syarat-syarat perlu diperhatikan dalam menyusun pesan yaitu menentukan tema, materi, dan struktur.<sup>89</sup>

<sup>88</sup> Hafied cangara, *pengantar ilmu komunikasi*. (Raja grafindo persada, 2012), 108.

<sup>89</sup> Hafied cangara, *pengantar ilmu komunikasi*. (Raja grafindo persada, 2012.), 34.

2. Dilarang mengumumkannya dan memperbanyak sebagian atau seluruhnya tanpa izin UIN Suska Riau.

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruhnya tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

- a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
- b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

© Hak Cipta milik UIN Suska Riau  
Satrio Ismich University of Sultan Saif Kasim Riau

Berdasarkan data dari hasil wawancara yang penulis dapatkan bahwa bertuahpos.com dalam menghadapi persaingan bisnis media online dalam memberikan pesan dan informasi kepada khalayak melalui komunikator yang telah dipilih tentang keunggulan yang dimiliki bertuahpos.com untuk dapat melakukan kerjasama antar lembaga dengan bertuahpos.com. Sesuai dengan tujuan bertuahpos.com yaitu menjadi referensi portal berita dan bisnis bagi masyarakat dengan dilakukannya pemilihan pesan brand awarens dan pemilihan konten.

Model komunikasi yang digunakan bertuahpos.com dalam memilih pesan untuk menghadapi persaingan bisnis media online yaitu dengan memperkuat brand awarens dan konten. Dengan dua model komunikasi pesan tersebut, dalam menyampaikan pesan dan informasi, komunikator bertuahpos.com sebisa mungkin untuk memperkenalkan bertuahpos.com ke khalayak luas dengan memperkenalkan keunggulan yang dimiliki bertuahpos.com baik dengan pesan yang berbentuk brand awarens maupun konten yang telah dipilih.

Pesan yang disampaikan komunikator bertuahpos.com menurut analisis penulis banyak mengandung kelebihan yang dimiliki bertuahpos.com serta pesan yang membentuk ciri khas bertuahpos.com melalui strategi pemilihan pesan kontennya. Penulis melihat bahwa model pemilihan komunikasi pesan brand awarens bertujuan untuk membuat citra bertuahpos.com di mata perusahaan lain dan juga instansi pemerintahan, supaya dengan demikian bertuahpos.com dapat menjalin hubungan kerjasama yang menguntungkan.

Sebagaimana yang dikatakan Onong Uchjana bahwa salah satu strategi komunikasi baik secara makro (*planned multimedia strategy*) maupun mikro (*single medium strategy*) ialah menyebarkan pesan komunikasi yang bersifat informatif kepada sasaran untuk memperoleh hasil yang optimal.<sup>90</sup>

**c. In wich channel** (saluran komunikasi: pada saluran yang mana)

Media adalah alat yang digunakan untuk penyampaian pesan dan juga pemindahan pesan dari sumber ke penerima. Media dalam pengertian di sini

<sup>90</sup> Onong Uchjana Effendi, *Dinamika Komunikasi*, (Bandung: Remaja Rosdakarya, 2002),



mencakup surat kabar, radio, film, televisi, dan internet. Bisa juga berupa secara langsung atau tatap muka misalnya pengajian atau arisan, diskusi kelompok mendengar dan pemirsa, organisasi masyarakat, rumah ibadah, pesta rakyat, panggung kesenian, serta media alternatif lainnya misalnya poster, brosur, buku, panduk, bulletin, stiker dan sebagainya.<sup>91</sup>

Namun dalam rangka menyusun strategi komunikasi perlu diperhatikan komponen-komponen komunikasi dan factor-faktor pendukung untuk memilih media media tersebut. Memilih media komunikasi harus mempertimbangkan segmenisasi dan tujuan isi pesan yang ingin disampaikan serta sebagai sarana atau alat yang digunakan untuk mempermudah proses penyampaian pesan atau informasi dari komunikator kepada komunikan untuk mencapai tujuan tertentu. Media komunikasi banyak jenisnya, mulai dari medai cetak, tulis hingga media elektronik. Namun efektifitas media itu sendiri juga berbeda.

Dalam ilmu komunikasi dikenal komunikasi langsung (*face to face*) dan media massa. Jika sasarannya hanya terdiri dari beberapa orang saja maupun beberapa kelompok saja dan lokasinya dapat dijangkau maka digunakan komunikasi langsung dimaksud jika sasaran secara bertemu *face to face*.. Jika sasarannya tersebar untuk banyak orang di mana-mana, maka saluran yang sesuai adalah media masa Maka dari itu seorang komunikator harus dapat memahami karakteristik media komunikasi, sehingga pada akhirnya dapat memilih media apa yang tepat dan sesuai dengan karakter pesan maupu karakter khalayak.<sup>92</sup>

Dari hasil penelitian yang dilakukan penulis, dapat dianalisis berdasarkan hasil wawancara yang ditemukan bahwa Model komunikasi bertuahpos.com dalam menghadapi persaingan bisnis media online yaitu dengan menggunakan tiga strategi pemilihan media. Pertama dengan menggunakan model pemilihan media secara langsung (*face to face*) dengan khalayak yang menjadi target sasaran. model ini penulis lihat banyak mendapatkan respon positif dari berbagai pihak yang menjadi target sasaran bertuahpos.com karena pesan yang

<sup>91</sup> Onong Uchjana Effendi, *Dinamika Komunikasi*, (Bandung: Remaja Rosdakarya, 2002), 28.

<sup>92</sup> Onong Uchjana Effendi, *Dinamika Komunikasi*, (Bandung: Remaja Rosdakarya, 2002), 29.



1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:  
 a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.  
 b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.  
 2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

disampaikan oleh komunikator kepada komunikan secara efektif bisa langsung diterima dan dipahami oleh komunikan. Hal ini yang mendasari analisis penulis bisa mengatakan bahwa strategi komunikasi dengan menggunakan media *face to face* cukup berhasil dalam memberikan pesan tentang informasi bertuahpos.com.

Kedua, model pemilihan media sosial (medsos), media yang digunakan yaitu media sosial seperti instagram (@bertuahpos), facebook (@bertuahpos.com), youtube (bertuah pos), dan berbagi media sosial lainnya. Media sosial ini digunakan untuk memberikan pesan kepada khalayak umum dan juga untuk melakukan diskusi dari kolom komentar yang ada pada setiap media sosial yang bertuahpos.com. Selain itu juga bertuahpos.com menyediakan program tanya ustad bagi masyarakat yang ingin mengetahui tentang agama islam melalui media sosial dan kemudian bertuahpos.com memberikan jawaban dari pertanyaan itu melalui media sosial yang berbentuk video penjelasan. Penulis melihat respon dari program tanya ustad ini cukup banyak diminati masyarakat dengan tanggapan positif.

Ketiga, model pemilihan media grup, yang termasuk ke dalam media grup bertuahpos.com ada empat media yaitu, bertuapos.com, salisma.com, ekomoni.com dan jabar.com. Penulis melihat dengan adanya media grup yang dimiliki bertuahpos.com membuat penawaran yang ditawarkan menjadi daya tarik bagi perusahaan lain. Hal ini karena dengan adanya media grup, bertuahpo.com menawarkan kepada klayen untuk beriklan dengan hanya membayar pada satu media namun akan diiklankan pada media grup bertuahpos.com yang lain juga.

**d. To whom** (penerima:kepada siapa)

Komunikan adalah pihak dari penerima pesan informasi yang menjadi sasaran yang dikirim dari sumber kepada penerima. Penerima bisa disebut dengan berbagai macam sebutan, antara lain khalayak, sasaran, target, adopter, komunikan, dalam bahasa Inggris penerima bisa disebut dengan nama receiver, audiens, atau decoder.<sup>93</sup> Penerima dalam studi komunikasi bisa individu,

<sup>93</sup> Hafied cangara, *Perencanaan dan Strategi Komunikasi*, (Jakarta: pt. Raja Grafindo Persada 2013), 35.

- Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang
- ©Hak cipta milik UIN Suska Riau
- State Islamic University of Sultan Syarif Kasim Riau
1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
    - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
    - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
  2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

kelompok, atau masyarakat. menjadi tugas komunikator untuk mengetahui siapa yang akan menjadi khalayaknya sebelum proses komunikasi berlangsung.<sup>94</sup>

Dalam rangka menyusun strategi komunikasi bertuahpos.com dalam menghadapi persaingan bisnis media online di Riau perlu diperhatikan komponen-komponen komunikasi dan faktor pendukung serta penghambat pada setiap komponen tersebut, ialah salah satunya mengenali sasaran komunikasi. Sebelum melancarkan komunikasi perlu dipelajari siapa saja yang akan menjadi sasaran komunikasi dan ini bergantung pada tujuan komunikasi, apakah komunikasi hanya sekedar mengetahui atau agar komunikasi melakukan tindakan tertentu.

Dari hasil penelitian di atas, dapat penulis analisis bahwa model komunikasi bertuahpos.com dalam menghadapi persaingan bisnis media online di Riau memiliki beberapa strategi dalam memilih khalayak berupa menentukan target sasaran dalam penyampaian pesan nantinya. Model pemilihan khalayak yang ditetapkan bertuahpos.com yaitu khalayak target sasaran dan khalayak umum.

Khalayak target sasaran yaitu perusahaan-perusahaan, instansi pemerintahan, kolompok atau komunitas, dan individu yang memiliki peranan penting dalam sebuah lembaga. Model komunikasi khalayak target sasaran ini dalam pandangan penulis sudah cukup mampu untuk bertuahpos.com dalam menghadapi persaingan bisnis media online saat ini. Selain itu, model komunikasi khalayak target sasaran ini peneliti temukan telah terjadi kesepakatan kerjasama antara kedua belah pihak yang artinya model komunikasi yang dilakukan telah berhasil dalam memilih khalayak yang menjadi sasaran utama. Keberhasilan ini peneliti lihat pada website bertuahpos.com dengan adanya beberapa iklan perusahaan lain yang mempercayai bertuahpos.com sebagai tempat untuk memasarkan produk atau jasa yang mereka jual dengan begitu telah terjalin antara bertuahpos.com dengan perusahaan lain.

Khalayak umum yaitu seluruh masyarakat yang berada di Indonesia atau juga di Dunia. Model komunikasi pemilihan khalayak umum ini tentu saja dasar

<sup>94</sup> Cangra, Hafied. *Pengantar Ilmu Komunikasi*. (Jakarta: Raja grafindo persada, 2012),



bertuahpos.com sebagai sebuah perusahaan persuratkabaran yang tujuannya memberikan informasi kepada masyarakat. Model ini dilakukan dengan memberikan informasi kepada masyarakat luas melalui website dan juga media sosial yang bertuahpos.com miliki dengan menetapkan konten sebagai identitasnya. Penulis melihat, dari peringkat yang telah dirilis alexa bahwa model komunikasi yang bertuahpos.com lakukan dengan target khalayak umum belum begitu memuaskan.

#### e. *With what effect* (pengaruh:dengan dampak apa)

Efek apa yang terjadi pada komunikan setelah ia menerima pesan tersebut, misalnya penambahan pengetahuan dari tidak tahu menjadi tahu, perubahan sikap dari tidak setuju menjadi setuju dan perubahan keyakinan dari tidak bersedia membeli barang yang ditawarkan menjadi bersedia membeli barang yang ditawarkan untuk membelinya.<sup>95</sup>

Efek yang ditimbulkan dari strategi komunikasi yang dilakukan bertuahpos.com atas respon feed back dari penyampaian pesan yang dilakukan komunikator terhadap komunikan secara individu dan kelompok . Secara individual perubahan sikap yang ditimbulkan oleh penyampaian pesan melalui komunikator merupakan salah satu respon tindakan khalyak terhadap pesan yang disampaikan.

Dari hasil penelitian yang penulis lakukan, dapat penulis analisis berdasarkan hasil wawancara diatas bahwa model komunikasi yang dilakukan bertuahpos.com dengan menentukan strategi komunikator wartawan dan buissnes devlopment, kemudian memilih model komunikasi pesan brand awarens dan konten penyampaian pesan dengan menggunakan model komunikasi media *face to face* dan media sosial, serta menentukan khalayak yang menjadi target sasaran telah menimbulkan efek atau *feed back* dari khalayak atas pesan yang disampaikan.

Untuk respon yang ditimbulkan dapat bertuahpos.com melalui tanggapan positif yang dilakukan lembaga terkait pesan yang diberikan. Kemudian

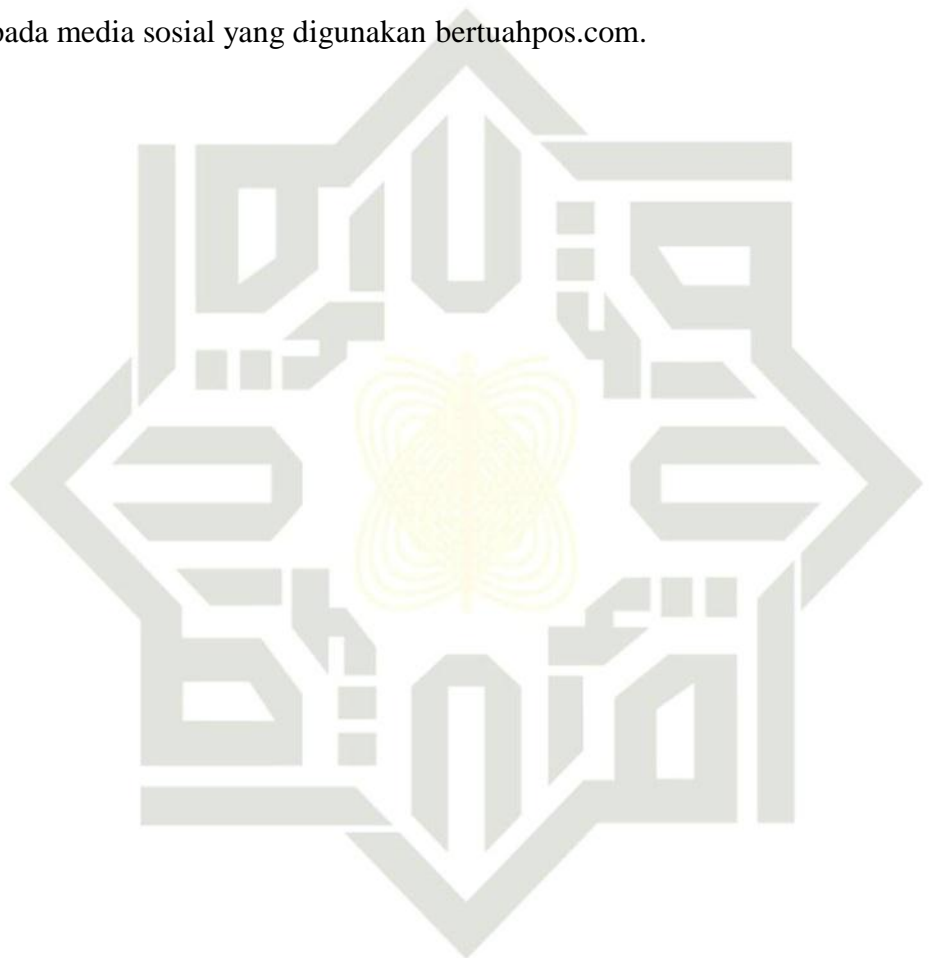
<sup>95</sup>Deddy Mulyana, *Ilmu Komunikasi*, (Bandung: Pt Rosda Karya, 2013), 70.

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:  
a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.  
b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.

2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

bertuahpos.com juga melihat pada informasi yang dibagikan kekhlayak umum melalui seberapa banyak *view* yang dilihat dan dibaca oleh masyarakat.

Efek apa yang terjadi pada komunikan setelah mereka menerima pesan tersebut, misalnya pesan yang disampaikan komunikator buissnes devlopment, mereka tertarik dan kemudian melakukan kerjasama. Sedangkan pesan yang disampaikan komunikator wartawan, mereka bisa melakukan diskusi melalui kolom komentar pada media sosial yang digunakan bertuahpos.com.



UIN SUSKA RIAU

**Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang**

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.