

**ANALISIS FAKTOR LAYAK BERITA INFOTAINMENT
YANG BERSUMBER DARI YOUTUBE PADA PORTAL
ONLINE TRIBUNPEKANBARU.COM**



SKRIPSI

Diajukan kepada Fakultas Dakwah dan Komunikasi
Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau
Untuk Memenuhi Sebagian Syarat Memperoleh
Gelar Sarjana Strata Satu Ilmu Komunikasi (S.I.Kom)

Oleh :

NIZA NURFAJRIAH
NIM.116432202856

**PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI
FAKULTAS DAKWAH DAN KOMUNIKASI
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI SULTAN SYARIF KASIM
RIAU
2021**

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.



PENGESAHAN UJIAN MUNAQASYAH

Yang bertanda tangan dibawah ini adalah Penguji Pada Ujian Munaqasyah Fakultas Dakwah dan Komunikasi UIN Sultan Syarif Kasim Riau dengan ini menyatakan bahwa mahasiswa berikuti ni:

Nama : Niza Nurfajriah
NIM : 116432028560
Judul : Analisis Faktor Layak Berita Infotainment yang Bersumber dari Youtube pada Portal Online Tribunpekanbaru. Com


Telah dimunaqasyahkan pada Pada Sidang Ujian Sarjana Fakultas Dakwah dan Komunikasi UIN Sultan Syarif Kasim Riau pada:

Hari : Selasa
Tanggal : 30 November 2021

Dapat diterima dan disetujui sebagai salah satu syarat memperoleh gelar S.I.Kom. pada Strata Satu (S1) Program Studi Ilmu Komunikasi di Fakultas Dakwah dan Komunikasi UIN Sultan Syarif Kasim Riau.

Pekanbaru, 12 Januari 2022

Dekan,

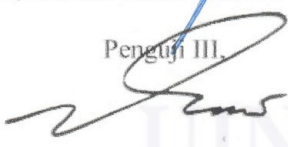

Dr. Imron Rosidi, S.Pd., M.A
NIP. 198111182009011006

Tim Penguji

Ketua/ Penguji I,


Dr. Toni Hartono, M. St
NIP/NIK.19780605200701 1 024

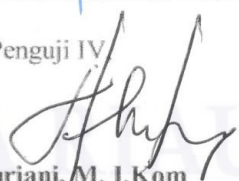
Penguji III,


Dewi Sukartik, M.Sc
NIP/NIK.130 311 019

Sekretaris/ Penguji II,


Mubtasin, M, Pd.I
NIP/NIK.19680513 200501 1 009

Penguji IV,


Julis Suriani, M. I.Kom
NIP/NIK.2022079101

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.



Pekanbaru, 20 Agustus 2021.

No. : Nota Dinas
Lampiran : 1 (satu) Lembar
Hal : Pengajuan Sidang Sarjana

Kepada yang terhormat,
Dekan Fakultas Dakwah dan Komunikasi
di-
Tempat.

Assalamua'alaikum Warohmatullahi Wabarokatuh.

Dengan Hormat,

Setelah kami melakukan bimbingan, arahan, koreksi dan perbaikan sebagaimana mestinya terhadap skripsi Saudara:

Nama : Niza Nurfajriah

NIM : 11643202856

Judul Skripsi : Kebijakan Redaksional Tribun Pekanbaru.com Dalam Pemberitaan Infotainment yang Bersumber dari Youtube.

Kami berpendapat bahwa skripsi tersebut sudah dapat diajukan untuk dimunaqasyahkan guna melengkapi tugas dan memenuhi salah satu syarat untuk mencapai gelar Sarjana Ilmu Komunikasi (S.Ikom.)

Harapan kami semoga dalam waktu dekat yang bersangkutan dapat dipanggil untuk diuji dalam sidang ujian munaqasyah Fakultas Dakwah dan Komunikasi Uiniversitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau.

Demikian persetujuan ini kami sampaikan. Atas perhatian Bapak, diucapkan terima kasih.

Wassalamua'alaikum Warohmatullahi Wabarokatuh.

Mengetahui :
Pembimbing,


Assyari Abdullah, S.Sos., M.I.Kom

NIK.130417023

Hak Cipta milik 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.

State Islamic University of Sultan Syarif Kasim Riau



Lampiran Surat :
 Nomor : Nomor 25/2021
 Tanggal : 10 September 2021

SURAT PERNYATAAN

Saya yang bertandatangan di bawah ini:

Nama : Niza Nurfajriah
 NIM : 11643202 B56
 Tempat/Tgl. Lahir : Pekanbaru, 08 Maret 1998
 Fakultas/Pascasarjana : Dakwah dan Komunikasi
 Prodi : Ilmu Komunikasi
 Judul ~~Disertasi/Thesis/Skripsi/Karya Ilmiah lainnya*~~:
 Analisis faktor layak Bunta Infotainment yang Bersumber
 dan youtube pada portal online Tribunpekanbaru.com

Menyatakan dengan sebenar-benarnya bahwa :

1. Penulisan ~~Disertasi/Thesis/Skripsi/Karya Ilmiah lainnya*~~ dengan judul sebagaimana tersebut di atas adalah hasil pemikiran dan penelitian saya sendiri.
2. Semua kutipan pada karya tulis saya ini sudah disebutkan sumbernya.
3. Oleh karena itu ~~Disertasi/Thesis/Skripsi/Karya Ilmiah lainnya*~~ saya ini, saya nyatakan bebas dari plagiat.
4. Apa bila dikemudian hari terbukti terdapat plagiat dalam penulisan ~~Disertasi/Thesis/Skripsi/(Karya Ilmiah lainnya)*~~ saya tersebut, maka saya bersedia menerima sanksi sesuai peraturan perundang-undangan.

Demikianlah Surat Pernyataan ini saya buat dengan penuh kesadaran dan tanpa paksaan dari pihak manapun juga.

Pekanbaru, 30 November 2021
 Yang membuat pernyataan



Niza Nurfajriah

NIM : 11643202 B56

*pilih salah satu sesuai jenis karya tulis

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.



ABSTRAK

Nama : Niza Nurfajriah
Jurusan : Ilmu Komunikasi
Judul : Analisis Faktor Layak Berita Infotainment yang Bersumber dari Youtube pada Portal Online Tribunpekanbaru. Com

Faktor layak berita merupakan syarat mutlak yang harus dipenuhi tulisan berita agar dapat disiarkan. Syarat ini berupa unsur yang merangkup significance (penting), magnitude (besar), proximity dapat disimpulkan bahwa apabila suatu berita tidak mengandung salah satu unsur maka berita tersebut tidak layak disiarkan karena tidak memiliki nilai berita atau *news value*. Ini menjadi tugas para redaktur dan wartawan untuk memastikan berita tersebut layak terbit. wartawan ataupun redaktur harus menyadari pentingnya kelengkapan unsur dan nilai berita yang akan disiarkannya agar berita yang terbit mampu memenuhi standar kelayakan berita. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui apa saja yang menjadi faktor kelayakan sebuah berita infotainment pada portal online TribunPekanbaru.com. Penelitian ini menggunakan metode deskriptif kualitatif. Pengumpulan data dilakukan melalui wawancara, observasi, dan dokumentasi. Narasumber dalam penelitian adalah seorang wartawan dan redaktur. Hasil penelitian menemukan bahwa redaktur TribunPekanbaru.com menerapkan enam indikator nilai berita yang mutlak dimuat dalam berita meliputi; penting, memiliki dampak yang besar, tepat waktu, populer atau terkenal, dekat, dan kemanusiaan. Tribunpekanbaru.com juga tidak memberi batasan jumlah unsur di dalam sebuah berita, bisa saja dalam satu berita mengandung enam unsur sekaligus. Yang menjadi prioritas Tribunpekanbaru.com adalah kepentingan masyarakat yang harus segera diinformasikan. Dalam mengemban tanggung jawab ini Tribunpekanbaru.com berusaha menjadi yang terdepan dalam meliput dan menyiarkan berita. Agar tugas peliputan dan pemberitaan bersifat menyeluruh,. Untuk memaksimalkan portal online TribunPekanbaru, diperlukan kecepatan dalam penulisan dan penerbitan berita agar pembaca tidak beralih ke media lain yang selalu *update*.

Kata kunci : Layak Berita, Berita Infotainment, Tribunpekanbaru.com

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.

ABSTRACT

Name : Niza Nurfajriah
Major : Communication Science
Title : Analysis of Eligible Factors for Infotainment News Sourced from Youtube on Online Portal the Tribunpekanbaru.com

The newsworthy factor is an absolute requirement that news articles must fulfill to be broadcast to the public. This requirement is in the form of elements that include significance (importance), magnitude (large), proximity. It can be concluded that if the news does not have these elements then it is not worth being broadcast. The editors and journalists have to ensure that the news is worthy of publication. Journalists or editors must be aware of the importance of the completeness of the elements and values of the news to be broadcast so that the published news can meet newsworthiness standards. This research uses a qualitative descriptive method. Data collection is carried out through interviews, observations, and documentation. The resource persons in this study are journalists and editors. The results of the study found that in applying those six indicators, Tribunpekanbaru.com does not specify how many elements must be present in one news, it is clear that every news published has fulfilled at least one of the six elements. Tribunpekanbaru.com also does not limit the number of elements in a news, it could be that in one news it contains six elements at once. In carrying out this responsibility Tribunpekanbaru.com strives to be at the forefront of covering and broadcasting news. for the task of reporting to be comprehensive, to maximize the Tribun Pekanbaru online portal, speed in writing and publishing news is needed so that readers do not switch to other media that are always updated.

Keywords: *Editorial Policy, News Worthy, Pekanbaru.tribunnews.com.*



KATA PENGANTAR

Assalamu'alaikum Wr. Wb.

Puji syukur kepada Allah SWT berkat rahmat, hidayah, dan karunia-Nya kepada kita semua sehingga penulis dapat menyelesaikan proposal skripsi dengan judul “Analisis Faktor Layak Berita Infotainment yang Bersumber dari *Youtube* pada Portal Online Tribunpekanbaru. Com”.

Skripsi ini disusun sebagai salah satu syarat pada program Strata-1 di Program Studi Ilmu Komukasi, Fakultas Dakwah dan Komunikasi, Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau.

Maksud dan tujuan dari penulisan tugas akhir ini adalah untuk memenuhi persyaratan kelulusan program Studi Strata I pada Jurusan Ilmu Komunikasi di Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau. Penulis menyadari bahwa dalam menyusun laporan ini masih menemui beberapa kesulitan dan hambatan, di samping itu juga menyadari bahwa penulisan laporan ini masih jauh dari sempurna dan masih banyak kekurangan-kekurangan lainnya, maka dari itu penulis mengharapkan saran dan kritik yang membangun dari semua pihak.

Selanjutnya, tidak dapat penulis lupakan orang-orang yang telah banyak berjasa dalam hidup sehingga apapun pekerjaan selalu diawali dengan doa dan restunya, yaitu teristimewa kepada kedua orang tua ayahanda Ali Jafni, juga yang tak saya lupakan ibu saya Nurhayati, serta kakak dan adik kandung saya , Nurmainia, Muhammad Irfan Khairi, dan Arief Nirzam yang selalu mendorong agar penulisan skripsi ini terealisasi dengan baik. Dan untuk seluruh keluarga besar penulis ucapkan terima kasih yang sebesar-besarnya atas cinta dan kasih sayangnya sehingga penulis mampu menyelesaikan penulisan skripsi ini dengan baik.

Oleh karena itu, pada kesempatan penulis mengucapkan terima kasih kepada pihak yang membantu dalam penyusunan laporan tugas akhir ini. Di antara lain:

1. Bapak Prof. Hairunnas Rajab M. Ag selaku Rektor Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim 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.

2. Bapak Dr. Imron Rosidi, S.Pd., Ma, selaku Dekan Fakultas Dakwah Komunikasi UIN SUSKA Riau beserta kepada seluruh Pembantu Dekan, Staf dan jajarannya.
3. Bapak Dr. Muhammad Badri, M.Si. selaku Ketua Prodi Ilmu Komunikasi dan Bapak Artis M.I.Kom selaku Sekretaris Prodi Ilmu Komunikasi Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim.
4. Bapak Dr. Muhammad Badri selaku Pembimbing Akademik (PA) penulis yang sudah membimbing penulis selama masa perkuliahan.
5. Bapak Assyari Abdulah, M.I.Kom selaku pembimbing serta orang yang saya hormati, juga orang tua kedua dikampus yang telah membantu penulis dalam penulisan dan penyusunan skripsi ini.
6. Seluruh Bapak dan Ibu dosen Fakultas Dakwah dan Ilmu Komunikasi Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau yang telah memberikan ilmunya kepada penulis, serta seluruh staf dan karyawan yang telah memberikan pelayanan kepada penulis selama perkuliahan.
7. Pimpinan dan Staf Perpustakaan Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau yang telah memberikan pelayanan dan fasilitas kepada penulis dalam mencari dan mengumpulkan literatur yang diperlukan terkait dengan skripsi yang dikaji.
8. Kepada para karyawan Tribunpekanbaru.com terutama Pemimpin Redaksi Syarief Dayan ,Rinal Sagita menjabat sebagai Digital Manager dan Reporter Syaiful Misgio.
9. Kepada seluruh keluarga yang selalu mendukung baik moril dan materil.
10. Kepada sahabat Nocturnal X Next Level (Ittis,Ame, Isti, Uci, Vika, Ines, Meri, Dhifa, Linda, Isan, Eka, Topik, Rama, Sean, Hamdan, Dulkol, Cahyad, Odi, Dicky, Ibai, Hamid, Vitto, fitianto sebagai tempat saling mengadu nasib dan menertawakan keterlambatan mengerjakan skripsi ini.
11. Kepada patner kejomblon ini Alfi Putri Bahri dan Rani Santia sekaligus orang terbaik saya dari masa sekolah.
12. Seluruh teman Jurnalistik B angkatan 17 yang telah memberikan dukungan, motivasi, semoga seluruh anggota dapat segera menyusul untuk sama-sama memiliki gelar S.I.Kom.

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.

13. Dan kepada seluruh pihak yang tidak bisa disebutkan satu per satu.

Terakhir, semoga penulisan skripsi ini membawa manfaat bagi saudara/i pembaca dan dapat dijadikan mukaranah atau studi komparasi bagi dunia akademisi dalam membahas penelitian yang sejenis. Aamiin.

Pekanbaru, 8 November 2021

Penulis

Niza Nurfajriah

NIM : 11643202856



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.

DAFTAR ISI

ABSTRAK	i
KATA PENGANTAR	iii
DAFTAR ISI	vi
BAB I PENDAHULUAN	
1.1 Latar Belakang Masalah	1
1.2 Penegasan Istilah	3
1.3 Rumusan Masalah	4
1.4 Tujuan Penelitian	4
1.5 Kegunaan Penelitian	4
1.6 Sistematika Penulisan	4
BAB II TINJAUAN PUSTAKA	
2.1 Media Massa	6
2.1.1 Pengertian Media Massa	6
2.1.2 Sejarah Media Massa	7
2.2 Fungsi Media Massa	9
2.3 Bentuk Media Massa	12
2.3.1 Mediacetak	12
2.3.2 Konvergensi Media	14
2.3.3 <i>New Media</i>	15
2.4 Redaksi	20
2.5 Kebijakan Redaksi	25
2.6 Berita	26
2.6.1 Jenis-jenis Berita	28
2.6.2 Sumber Berita	30
2.6.3 Syarat Berita	32
2.7 Konten Infotainment	32
2.7.1 Bentuk Infotainment	34
2.7.2 Berita Infotainment	34
2.7.3 Perkembangan beritainfotainment	34
2.7.4 Teori Gatekeeper	38



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.

2.7.5	Faktor Layak Berita	43
2.8	KajianTerdahulu	44
2.9	Konsep Operasional	47
2.10	Kerangka Pikir	49
BAB III METODE PENELITIAN		
3.1	Jenis dan PendekatanPenelitian	51
3.2	Lokasi dan WaktuPenelitian	51
3.3	Sumber Data/InformanPenelitian	52
3.1.1	Data Primer	52
3.1.2	Data Sekunder	52
3.4	Teknik Pengumpulan Data	52
3.5	Validitas Data	53
3.6	Teknik Analisis Data	53
BAB IV GAMBARAN UMUM PERUSAHAAN		
4.1	Sejarah Perkembangan tribunpekanbaru.com	54
4.2	Sistem Kerja Harian tribunpekanbaru.com	55
4.3	Struktur Organisasi	55
4.4	Profil Tribunpekanbaru.Com	57
BAB V HASIL PENELITIAN DAN ANALISIS DATA		
5.1	Hasil Penelitian	58
5.1.1	<i>Significance</i> (Penting)	58
5.1.2	<i>Magnitude</i> (Besar)	59
5.1.3	<i>Timeliness</i> (Waktu)	60
5.1.4	<i>Proximity</i> (Kedekatan)	60
5.1.5	<i>Prominence</i> (Tenar)	61
5.1.6	<i>Human Interest</i> (Kemanusiaan)	62
5.2	Analisis Data	62
5.2.1	<i>Significance</i> (Penting)	62
5.2.2	<i>Magnitude</i> (Besar)	64
5.2.3	<i>Timeliness</i> (Waktu)	66
5.2.4	<i>Proximity</i> (Kedekatan)	67

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.

5.2.5 *Prominence* (Tenar) 69

5.2.6 *Human Interest* (Kemanusiaan) 69

BAB VI PENUTUP

6.1 Kesimpulan 71

6.2 Saran 71

DAFTAR PUSTAKA





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.

BAB I PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Masalah

Setiap perusahaan penerbitan pers memiliki kebijakan-kebijakan yang ditentukan oleh pimpinan perusahaan. Kebijakan yang diberikan oleh perusahaan penerbitan pers dinamakan kebijakan redaksional, yang dijalankan oleh bidang redaksi dan kewartawanan yang ada pada media tersebut. Kebijakan redaksional biasanya berupa, cara menyikapi media terhadap permasalahan yang beredar dimasyarakat serta aturan keredaksian dan kewartawanan.

Definisi kebijakan redaksional adalah : "sikap "politik" media dalam memandang suatu permasalahan juga aturan keredaksian dan kewartawanan yang diterapkannya. Kebijakan redaksional adalah ketentuan yang disepakati oleh redaksi media massa tentang kriteria berita atau tulisan yang boleh dan tidak boleh dimuat atau disiarkan, juga kata, istilah, atau ungkapan yang tidak boleh dan boleh dipublikasikan, sesuai dengan visi dan misi media.¹

Dengan demikian kebijakan redaksional ditetapkan sebagai standar bagi wartawan dan penyiar demi ciri khas media sekaligus menjaga keseragaman bahasa di kalangan wartawan/penyiar, Kebijakan yang dikeluarkan untuk berita utama dan berita rubrik lainnya yang ditampilkan merupakan berita terbaik dan menyangkut kepentingan khalayak luas menurut redaksi. Kebijakan tersebut menjadi tanggung jawab penuh pemimpin redaksi. Dimana tugas utamanya sebagai orang yang mengendalikan keredaksian.

Youtube merupakan salah satu bentuk media sosial berbasis video yang mulai naik daun sejak 5 tahun yang lalu.. Dilansir dari statistik dalam situsnya sendiri, *Youtube* memiliki lebih dari satu milyar pengguna yang merupakan hampir sepertiga semua pengguna internet. Hingga Maret 2015, pembuat konten di *Youtube* sudah mengunggah 10.000 video, karena membuat akun atau channel di *Youtube* dan meraih pelanggan atau penayangan bisa menghasilkan uang. Lama kelamaan, makin banyak orang membuat akun *Youtube* yang membuka

¹ Richard West Maria Natalia Damayanti Maer Lynn H. Turner, *Pengantar Teori Komunikasi: Analisis dan Aplikasi*, III (Jakarta: Salemba Humanika, 2009), 4.



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.

kesempatan sebagai lapangan pekerjaan. Tiap hari pengguna *Youtube* bisa menonton ratusan juta jam video dan menghasilkan miliaran kali penayangan. *Youtube* menjangkau pemirsa rata-rata berusia 18 sampai 34 tahun. Beragam konten video bisa diakses dalam *Youtube*, mulai dari Musik, Film, Berita dan Informasi, Olahraga, Gaya hidup, Gaming, dan *Vlog*. *Vlog* atau *Video Blog*,² sesuai namanya adalah blog berbentuk video. Lebih jelasnya lagi, *Vlog* adalah satu video berisi mengenai opini, cerita atau kegiatan harian yang biasanyadibuat *Vlog* semakin populer.³

Kehadiran YouTube membawa pengaruh luar biasa kepada masyarakat, khususnya masyarakat yang memiliki gairah di bidang pembuatan video, mulai dari film pendek, dokumenter, hingga video blog, tetapi tidak memiliki „lahan “untuk mempublikasikan karyanya”. YouTube mudah dipergunakan, tidak memerlukan biaya tinggi, dan dapat diakses dimanapun, tentunya dengan gadget yang kompatibel. Hal itu membuat pembuat video amatir dapat dengan bebas mengunggah konten-konten video mereka untuk dipublikasikan. Jika video mereka mendapat sambutan baik, jumlah viewers akan bertambah. Viewers banyak akan mengundang pengiklan untuk memasang iklan dalam video-video mereka selanjutnya. Senada dengan televisi, konten program televisi yang disukai masyarakat, dalam hal ini ratingnya tinggi, akan menarik pengiklan secara otomatis.⁴

Salah satu artikel ini telah tayang di *Tribunpekanbaru.com* dengan judul *Ditanya Hotman Paris Soal Harta Gono-Gininya dengan Raffi Ahmad, Tak Disangka Nagita Slavina*. Beberapa waktu lalu, Nagita dan Raffi sempat membuat kolaborasi video YouTube dengan Hotman Paris. Dalam momen tersebut, pengacara kondang itu membicarakan perihal masalah harta gono- gini antara Raffi Ahmad dan Nagita Slavina.⁵

² Nurudin, *Pengantar Komunikasi Massa* (Jakarta: PT. Raja Grafindo Persada, 2007).tertulis pada blog. Sejak kemunculan *Youtube* di tahun 2005, maka pembuatan

³ Eribka Ruthellia David, Mariam Sondakh, dan Stefi Harilama, “Pengaruh Konten Vlog dalam Youtube terhadap Pembentukan Sikap Mahasiswa Ilmu Komunikasi Fakultas Ilmu Sosial dan Politik Universitas Sam Ratulangi,” *Acta Diurna Komunikasi* 6, no. 1 (2017),

⁴ David, Sondakh, dan Harilama.

⁵ “Ditanya Hotman Paris Soal Harta Gono-Gininya dengan Raffi Ahmad, Tak Disangka Nagita Slavina Ini!,” *Tribun Pekanbaru*, diakses 17 Desember 2019, <https://pekanbaru.tribunnews.com/2019/12/12/ditanya-hotman-paris-soal-harta-gono-gininya-dengan-raffi-ahmad-tak-disangka-nagita-slavina-ini>.



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.

Media Massa Tribun Pekanbaru terbit pertama kali pada tanggal 18 April 2007, Hingga 2015 Tribun Pekanbaru sudah mempunyai tiga produk, yakni Harian Tribun Pekanbaru (Surat Kabar), *www.tribunpekanbaru.com*(online) serta Tribun Video (online). Tribun merupakan perusahaan media massa yang sukses melegitkan surat kabar nya di hati masyarakat. Portal Tribun Pekanbaru yang memiliki alamat portal *www.TribunPekanbaru.com* hadir pertama kali pada tahun 2008 dan sewaktu awal hadirnya *tribunpekanbaru.com* memiliki server sendiri dan juga pada saat itu *tribunpekanbaru.com* adalah bagian dari situs kompas.com dengan format seluruh wartawan harian tribun pekanbaru adalah wartawan *tribunpekanbaru.com*.

Pada tahun 2010 PT. Indo Persada Prima Media (Tribun Group) mengadirkan mega portal *tribunnews.com* mega portal ini menjadikan semua situs online tribun group yang tersebar di 22 kota diindonesia menjadi subdomain di *www.TribunNews.com* termasuk *TribunPekanbaru.com*⁶

Atas dasar itu, penting kiranya di lakukan suatu penelitian mengenai kebijakan apa saja yang diambil redaksi dalam pemberitaan yang dibuat dan darimana sumbernya. Dengan demikian judul penelitian ini ” Analisis Faktor Layak Berita Infotainment yang Bersumber dari *Youtube* pada Portal Online *Tribunpekanbaru. Com* ”.

1.2 Penegasan Istilah

Untuk menghindari kesalahan makna dan penafsiran, maka penulis merasa perlu adanya penjelasan sehingga maksud yang terkandung dalam penelitian ini akan memberikan batasan. Batasan yang di maksud:

1. Kebijakan redaksional adalah ketentuan yang disepakati awak media/redaksi tentang kriteria atau standar-standar tertentu boleh tidak berita dimuat sesuai visi dan misi surat kabar tersebut.
2. Menurut J.B Wahyudi, berita adalah laporan tentang peristiwa atau pendapat yang memiliki nilai penting dan menarik bagi khalayak dan masih baru.

⁶ www.TribunNews.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

State Islamiyyah of Universitas Syarif Kasim Riau

3. Online dapat dipahami sebagai keadaan konektivitas mengacu kepada internet atau world.
4. Youtube memiliki bagian yang mencatat vidio-vidio yang paling aktif di tonton dalam setiap kategori.

1.3 Rumusan Masalah

Bagaimana Analisis Faktor Layak Berita Infotainment yang Bersumber dari *Youtube* pada Portal Online *Tribunpekanbaru. Com*?

1.4 Tujuan Penelitian

Untuk mengetahui bagaimana. *Analisis Faktor Layak Berita Infotainment yang Bersumber dari Youtube pada Portal Online Tribunpekanbaru. Com?*

1.5 Kegunaan Penelitian

1. Akademis: Penelitian ini diharapkan dapat menjadi sumbangsih pengetahuan Ilmu Komunikasi, khususnya yang berhubungan dengan keredaksian sebuah media.
2. Praktis: Sebagai informasi dan ilmu bagi mahasiswa agar lebih memahami kebijakan redaksi sebuah media.

1.6 Sistematika Penulisan

Secara garis besar laporan ini dibagi atas enam bab yang terdiri dari beberapa sub bab yaitu:

BAB I PENDAHULUAN

Bab ini membahas mengenai Latar Belakang, Penegasan Istilah, Batasan Masalah dan Rumusan Masalah, Tujuan Penelitian, Sistematika Penulisan, dan Manfaat Penelitian.

BAB II KAJIAN TEORI DAN KERANGKA PIKIR

Bab ini membahas Kajian Teori, Kajian Terdahulu, dan Kerangka Pikir.

BAB III METODOLOGI PENELITIAN

Bab ini membahas Jenis dan Lokasi Penelitian, Pendekatan Penelitian, Sumber Data, Metode Pengumpulan Data.

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.

BAB IV GAMBARAN UMUM

Bab Ini menjelaskan Gambaran Umum Sejarah, Visi dan Misi dan Struktur Organisasi Instansi Kantor Wilayah Kementerian Agama Provinsi Riau.

BAB V PENYAJIAN DATA

Bab ini berisi tentang data yang diperoleh sesuai dengan judul penelitian.

BAB VI PENUTUP

Bab ini merupakan penutup dari pembahasan dari bab-bab sebelumnya dan mengemukakan kesimpulan dan saran



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.

BAB II

TINJAUAN PUSTAKA

2.1 Media Massa

2.1.1 Pengertian Media Massa

Menurut Denis McQuail, media massa memiliki sifat atau karakteristik yang mampu menjangkau massa dalam jumlah besar dan luas, bersifat publik dan mampu memberikan popularitas kepada siapa saja yang muncul di media massa.⁷

Media massa sebagai sarana informasi menjadi bagian penting dalam kehidupan manusia. Media massa adalah media komunikasi dan informasi yang melakukan penyebaran informasi secara massal dan menyeluruh. Media massa secara umum terbagi menjadi media cetak, yang terdiri dari surat kabar, majalah, tabloid, dan buku; media elektronik, seperti televisi, radio, dan film; serta media online.⁸

Media massa membuka mata dan hati manusia untuk mengetahui berbagai peristiwa yang terjadi di belahan dunia, baik melalui media massa cetak maupun media massa elektronik. Berbeda dengan media massa lainnya seperti televisi dan radio, media massa cetak merupakan media massa pertama yang dikenal manusia sebagai media yang memiliki ciri-ciri komunikasi massa, yaitu proses komunikasinya satu arah, komunikatornya melembaga dan *heterogen*, serta pesannya bersifat umum. media massa yaitu saluran sebagai alat atau sarana yang di pergunakan dalam proses komunikasi masa.

Media massa tidak hanya sekedar memberikan informasi dan hiburan semata, tetapi juga mengajak khalayak untuk melakukan perubahan perilaku. Melalui beragam konten media yang khas dan unik sehingga pesan-pesan media itu terlihat sangat menarik, menimbulkan rasa penasaran khalayak. Pembingkaiian pesan melalui teks, gambar dan suara merupakan aktivitas media untuk mempengaruhi pikiran perasaan khalayak.⁹

⁷ Eribka Ruthellia David, Mariam Sondakh, dan Stefi Harilama, "Pengaruh Konten Vlog dalam Youtube terhadap Pembentukan Sikap Mahasiswa Ilmu Komunikasi Fakultas Ilmu Sosial dan Politik Universitas Sam Ratulangi," *ACTA DIURNA KOMUNIKASI* 6, no. 1 (2017).

⁸ Morissan Dkk, *Teori Komunikasi Massa* (Bogor: Rosda Karya, 2006), h.480.

⁹ Elviro Ardianto, *Komunikasi Massa Pengantar* (Bandung: Simbosa Rekatama Media, 2007),h, 58.

Menurut Denis McQuail, media massa memiliki sifat atau karakteristik yang mampu menjangkau massa dalam jumlah besar dan luas, bersifat publik dan mampu memberikan popularitas kepada siapa saja yang muncul di media massa.¹⁰

2.1.2 Sejarah Media Massa

Sejak awal, para ahli komunikasi tidak sependapat dengan model komunikasi yang ditawarkan karena model-model ini tidak memasukkan media sebagai sesuatu yang penting dari tiga dimensi tersebut, akibatnya para ahli komunikasi yang muncul sekitar tahun 1960-an mengkritisi dan memperbaiki model komunikasi dengan mengikutsertakan media.¹¹

Pada umumnya, para ahli yang di kritik lantaran tidak memasukkan media dalam analisis model komunikasi berasumsi bahwa proses komunikasi manusia dilakukan secara *artifisial* melalui saluran penyuaran pesan (vokalisasi), bahasa isyarat (*gestures*), terkadang pula melalui tulisan dan tulisan. Pada tahapan ini, kita patut berutang pada orang Roma dengan bahasa Romawi kuno karena telah mengurai “komunikasi” dari akar kata *communicare* yang pada masa ini dipahami sebagai sistem pos terpusat untuk mengendalikan rangkaian subsistem berperan menyebarluaskan informasi dari pusat kekaisaran Romawi ke pelbagai penjuru provinsi yang tersebar luas di bentangan Eropa hingga ke Timur Tengah.¹²

Media massa yang pertama lahir adalah media cetak.¹³ Dari segi perkembangannya para pakar sejarah mencatat bahwa kegiatan jurnalistik tampak dimulai pada zaman jayanya kerajaan Romawi Kuno saat di bawah kekuasaan Raja Julius Caesar.¹⁴

Sejak abad pertengahan di Eropa dikenal praktik pemberitaan berupa kirim-mengirim surat, antar biara, istana, dan antar para pangeran melalui perantaraan kurir. Setelah tumbuh perkembangan surat-menyurat antara kaum politisi, para cendekiawan, dan para pedagang, baik dengan rekan-rekannya di

¹⁰ Morissan Dkk, *Teori Komunikasi Massa*.

¹¹ Alo Liliweri, *komunikasi: serba ada serba makna* (Jakarta: Kencana, 2011),h, 872.

¹² Alo Liliweri.

¹³ Hari Wiryan, *Dasar-Dasar Hukum Media, Pustaka Pelajar* (Yogyakarta: pustaka pelajar, 2007),h, 84.

¹⁴ Kustadi Suhandang, *Pengantar Jurnalistik: Seputar Organisasi, Produk, dan Kode Etik*, Penerbit Nuansa, Bandung, 2010, h 19.



dalam negeri maupun di luar negeri, mulai timbul perbaikan terhadap ritme (keteraturan dan kepastian), kecepatan, dan keaktualan berita-beritanya.¹⁵ Selanjutnya surat-surat berita pedagang semacam itu menjadi surat perkabaran sekalipun masih dalam bentuk sederhana.¹⁶

Surat kabar merupakan media massa yang paling tua dibandingkan dengan jenis media massa lainnya. Sejarah telah mencatat keberadaan surat kabar dimulai sejak ditemukannya mesin cetak oleh Johann Gutenberg di Jerman.¹⁷ Pada tahun 1440, Johan Gutenberg seorang bangsa Jerman menemukan alat mesin cetak (metal). Meskipun pada saat itu mesin cetak tersebut juga bisa digunakan untuk mencetak surat kabar, namun surat kabar yang sederhana baru ditemukan di London tahun 1960.¹⁸

Era jurnalisme cetak berlangsung lama, dimulai dengan ditemukannya mesin cetak. Sebelumnya, peredaran naskah tertulis sangat terbatas sehingga penemuan mesin cetak benar-benar mengakhiri monopoli pengetahuan oleh kalangan tertentu saja.¹⁹

Selama berabad-abad media cetak menjadi satu-satunya alat pertukaran dan penyebaran informasi, gagasan dan hiburan, yang sekarang ini dilayani oleh aneka media komunikasi. Lalu terjadilah revolusi komunikasi di abad 19 dan 20 yang mendatangkan gambar bergerak (film), radio dan televisi, yang bersama dengan media cetak menyebarkan informasi, gagasan, dan hiburan.²⁰

Sebelum ditemukannya teknologi telekomunikasi, surat kabar adalah satu satunya media yang disebut sebagai pers . Teknologi telekomunikasi pertama lahir tahun 1844 ketika SamuelMorse mengirimkan pesan melalui alat telegraph yang pertama dari Washington DC ke Baltimore, 24 Maret 1844.²¹ Penemuan ini kemudian disusul oleh Alexander Graham Bell, yang pada tahun

¹⁵ Kustadi Suhandang.

¹⁶ Kustadi Suhandang.

¹⁷ Elvinaro Ardianto dan Lukiati Komala Erdinaya, *Komunikasi Massa Suatu Pengantar* (Bandung: Simbiosis Rekatama Media, 2004),h, 99.

¹⁸ Hari Wiryawan, *Op. Cit.*, hal 84

¹⁹ William L. Rivers, Jay W. Jensen, dan Theodore Peterson, *Media Massa dan Masyarakat Modern*, II (Jakarta: Kencana, 2003),h, 7.

²⁰ William L. Rivers, Jay W. Jensen, dan Theodore Peterson.h, 7.

²¹ Hari Wiryawan, *Op. Cit.*, hal 85

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1876 untuk pertama kalinya mengirim pesan melalui pesawat telepon dengan kabel. Tidak lama kemudian ahli fisika Jerman Heinrich Rudolp Hertz menemukan bahwa energi dapat dikirim tanpa melalui kabel. Nama Hertz kemudian diabadikan dalam satuan gelombang radio.²² Pada saat yang bersamaan, di Italia seorang anak muda yang masih berumur 21 tahun bernama Guglielmo Marconi menemukan pula teknologiradio.²³

Sedangkan sejarah pers di Nusantara dimulai sejak abad ke-8 ketika Gubernur Jenderal Van Imhoff mendirikan Bataviasche Nouvelles tahun 1744, tiga abad setelah mesin cetak ditemukan oleh Gutenberg. Sekitar 90 tahun pertama, pers di Nusantara disebut pers putih, karena pers yang ada diterbitkan dan dikelola oleh orang Belanda. Menginjak abad 19, terbit berbagai surat kabar lainnya yang kesemuanya masih dikelola oleh orang-orang Belanda untuk para pembaca orang Belanda atau bangsa pribumi yang mengerti bahasa Belanda, yang pada umumnya merupakan kelompok kecil saja.²⁴

Sekitar dua tahun kemudian, gubernur jenderal terpaksa membredelnya atas perintah para direktur VOC (Verenigde Oost-Indische Compagnie, Perserikatan Dagang Hindia Timur) dari Nederland yang menganggapnya “merugikan dan membayakan”.²⁵ Surat kabar kedua setelah Bataviasche Nouvelles yaitu Het Vendu- Nieuws (Berita Lelang), yang pernah hidup pada 1776-1809 disensor ketat dan tidak boleh memuat “keterangan dalam negeri”.

2.2 Fungsi Media massa

Dalam arti penting media massa, Dennis McQuail memberikan beberapa asumsi pokok tentang peran atau fungsi media di tengah kehidupan masyarakat saat ini, antara lain:

1. Media merupakan sebuah industri. Media terus berkembang seiring dengan perkembangan teknologi dan menciptakan lapangan kerja, barang, dan jasa. Di sisi lain, industri media tersebut diatur oleh masyarakat.

²² Hari Wiryawan, *Dasar-Dasar Hukum Media, Pustaka Pelajar*

²³ *Ibid.*, h, 90.

²⁴ Haris AS Sumadiria, *Jurnalistik Indonesia, Menulis Berita dan Feature, Panduan Praktis Jurnalis Profesional* (Bandung: Simbiosis Rekatama Media, 2006),

²⁵ Atmakusumah, *Tuntutan Zaman Kebebasan Pers dan Ekspresi* (Jakarta: Spasi & VHR Book, 2009),h, 6.

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

State Islamic University of Sultan Syarif Kasim Riau

2. Media berperan sebagai sumber kekuatan yaitu alat kontrol manajemen dan inovasi dalam masyarakat. Komunikator menjadikan media sebagai pengganti kekuatan, tameng, atau sumber daya lainnya, dalam kehidupannya.
3. Media menjadi wadah informasi yang menampilkan peristiwa- peristiwa kehidupan masyarakat, baik dari dalam negeri maupun internasional.
4. Media berperan sebagai wahana pengembangan budaya. Melalui media seseorang dapat mengembangkan pengetahuannya akan budaya lama, maupun memperoleh pemahaman tentang budaya baru. Misalnya gaya hidup dan tren masa kini yang semuanya didapat dari informasi dimedia.
5. Media menyuguhkan nilai-nilai dan penilaian normatif yang dikombinasikan dengan berita dan tayangan hiburan. Media telah menjadi sumber dominan bagi individu dan kelompok masyarakat.²⁶

Fungsi komunikasi massa menurut De Vito adalah:

1. Menghibur.

Sebagian besar media massa memiliki fungsi sebagai sarana penghibur bagi khalayak. Contohnya, artikel-artikel humor atau lawakan yang dimuat dalam koran, menggunakan bahasa yang santai dan menghibur guna menarik perhatian pembaca.

2. Meyakinkan

Komunikasi persuasi melalui media massa bertujuan untuk meyakinkan khalayak. Persuasi hadir dalam bentuk:

- a. Media akan memberikan atau memperkuat kepercayaan khalayak akan suatu hal yang telah diketahui sebelumnya, sehingga terbentuklah sikap dan opinimasyarakat.
- b. Media mengubah kepercayaan sementara seseorang yang semula memihak menjadi tidak memihak pada suatu masalah tertentu.
- c. Iklan dalam media akan menggerakkan seseorang untuk melakukan indakan. Misalnya, membeli atau menghindari barang yang telah diiklankan ditelevisi.

²⁶ Nurudin, *Pengantar Komunikasi Massa* (Jakarta: PT. Raja Grafindo, 2013).h, 34

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.

d. Media merangsang masyarakat untuk mengubah situasi sekitarnya. Ketika terjadi penyimpangan terhadap suatu norma yang berlaku, media dapat mengungkapkannya secara terbuka.

3. Menginformasikan

Media merupakan sumber informasi bagi masyarakat. Media massa memberikan kabar atau berita yang bersifat lokal, nasional, maupun internasional kepada khalayak luas.

4. Menganugerahkan status

Semakin sering seseorang dimuat dalam media massa, maka orang tersebut yang menjadi pusat perhatian massa. Dan terkadang masyarakat beranggapan bahwa orang penting adalah orang yang sering tampil dalam layar kaca. Di sini media meningkatkan popularitas dan menganugerahkan status “penting” kepada orang yang menjadi topik media.

5. Membius

Fungsi membius terjadi ketika media menyajikan informasi tentang sesuatu dan komunikasi dalam keadaan tidak aktif, mempercayai adanya tindakan yang telah diambil.

6. Menciptakan rasa kebersatuan

Media mampu membuat khalayak merasa menjadi anggota suatu kelompok.

- a. Privatisasi. Media mampu/memiliki kecenderungan menimbulkan efek antisosial pada khalayaknya, sehingga seseorang akan menarik diri dari kelompok sosial dan selanjutnya akan “menutup” diri.
- b. Parasosial. Melalui media, masyarakat dapat menjalin dan mengembangkan hubungannya dengan para tokoh media atau orang-orang penting di dunia. Misalnya dengan saling memberikan respon positif dalam jejaring sosial. Jadi, media massa memiliki fungsi yang beragam, akan tetapi pada dasarnya media massa berperan sebagai saluran dalam penyampaian informasi atau pesan. Tentang bagaimana peran media selanjutnya ditentukan oleh jenis media itu sendiri dan cara penggunaan media oleh khalayak.²⁷

²⁷ Wirnani, *komunikasi massa suatu pengantar* (Malang: UMM Press, 2003)



Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

2.3

Bentuk Media Massa

Media massa kini tidak dapat lagi dipisahkan dari kehidupan sehari-hari sebab media massa sudah menjadi kebutuhan hidup, baik media cetak maupun elektronik. Media massa yang kini digunakan oleh masyarakat bentuknya semakin beragam. Dalam dunia jurnalistik, media dikategorikan kedalam tiga jenis.²⁸ antara lain:

2.3.1 Mediacetak

Jenis media cetak yang beredar di masyarakat sangat beragam.

Jenis media cetak dapat diklasifikasikan menjadi:

1. Surat Kabar

Surat kabar adalah media cetak yang diterbitkan secara berkala yang berupa lembaran-lembaran kertas yang relatif lebar dan tidak dijilid. Dalam peradaban umat manusia, surat kabar merupakan media massa cetak yang paling tua jika dibandingkan dengan media massa cetak lainnya, seperti majalah atau tabloid. Surat kabar adalah media cetak yang berisi berita, informasi, ataupun pendidikan yang terbit setiap hari, kecuali pada hari-hari tertentu seperti libur nasional.

Berdasarkan daya edarnya, jenis-jenis surat kabar dapat digolongkan menjadi surat kabar internasional, nasional, dan lokal.

a. Majalah

Majalah adalah media komunikasi yang menyajikan informasi (fakta dan peristiwa) secara lebih mendalam dan memiliki nilai aktualitas yang lebih lama. Majalah disebut juga bentuk lain dari media massa cetak yang memiliki segmentasi pasar tertentu.²⁹

2. Media Elektronik

a. Radio

Radio adalah buah perkembangan teknologi yang memungkinkan suara ditransmisikan secara serempak melalui

²⁸ Syarifudin Yunus, *Op. Cit.*, hal 27

²⁹ Paryati Sudarman, *Op. Cit.*, hal 13



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.

gelombang radio di udara.³⁰ Satu-satunya cara yang diandalkan radio untuk menyampaikan pesan adalah bunyi (sound). Radio tidak dilengkapi dengan kemampuan untuk menyampaikan pesan lewat gambar sehingga untuk membayangkan kejadian sesungguhnya, orang pada dasarnya menggunakan teater imajinasinya sendiri. Musik menjadi unsur yang tidak terpisahkan dari radio, bahkan untuk radio yang bersifat nonmusik.³¹

b. Televisi

Radio dan televisi termasuk media elektronik, sedangkan surat kabar termasuk media cetak karena menggunakan alat cetak (press). Radio dan televisi menggunakan media yang menguasai ruang tetapi tidak menguasai waktu, sedangkan media cetak menguasai waktu tetapi tidak menguasai ruang.³²

3. Media Online

Perkembangan internet di Indonesia memang seperti tidak terduga sebelumnya. Beberapa tahun yang lalu internet hanya dikenal oleh sebagian kecil orang yang mempunyai minat di bidang komputer. Namun, dalam tahun-tahun terakhir ini penggunaan jasa internet meningkat secara sangat pesat, meski ada pendapat yang mengatakan bahwa kebanyakan pengguna internet di Indonesia baru sebatas untuk hiburan dan percobaan.³³

Jaringan internet terdiri dari LAN (local area network) atau jaringan wilayah lokal yang berfungsi menghubungkan dua atau lebih komputer, biasanya berada dalam suatu gedung yang sama, dan WAN (*wide area network*), menghubungkan beberapa LAN pada lokasi yang berbeda.

³⁰ Santi Indra Astuti, *Jurnalisme Radio, Teori dan Praktik* (Bandung: Simbiosis Rekatama Media, 2008), h. 40

³¹ Santi Indra Astuti, h. 46

³² Helena Olii, *Berita dan Informasi, Jurnalistik Radio* (Jakarta: Indeks, 2007), h. 178.

³³ Asril Sitompul, *Hukum Internet (Pengenalan Mengenai Masalah Hukum di Cyberspace)*

Berbagai informasi bisa didapatkan di internet, mulai dari informasi ekonomi, bisnis, pendidikan, hiburan, dan lain-lain.³⁴

2.3.2 Konvergensi Media

Kemajuan teknologi komunikasi telah melahirkan suatu konvergensi teknologi dalam industri media. Perkembangan teknologi tersebut telah mengubah cara orang berkomunikasi. Prinsip-prinsip berkomunikasi yang dijalankan secara konvensional, secara perlahan mulai ditinggalkan dan beralih ke arah digital. Konvergensi dapat diartikan pula proses penggabungan atau integrasi yang menuju satu titik tujuan dimana bersatunya telekomunikasi dan komputer menjadi suatu sistem tunggal, sehingga disebut jaringan intelejen. Jaringan ini dinilai tidak hanya sebagai suatu teknologi, tapi juga sebagai sumber daya informasi. Konvergensi atau bergabungnya layanan yang dahulu terpisah, termasuk internet, televisi, kabel, dan telepon. Salah satu faktor penyebab terjadinya media konvergen adalah masalah teknis- lebih banyak isi media dimasukkan dalam format digital dalam bentuk.

Konvergensi membuat fungsi suatu produk akan kehilangan identitas yang khas. Bila pada masa lalu videoteks adalah teknologi informasi elektronika yang berfungsi mengirim dan memperoleh kembali data, termasuk informasi grafik. Namun pada tempat tertentu,

Fungsi videoteks bila berubah-ubah. Pada saat di rumah, videoteks dapat digunakan untuk computer. Sedangkan di kantor videoteks disatukan dalam sistem otomasi kantor konvensional. Konvergensi berupa perkawinan teknologi lama dengan teknologi baru, dimana penambahan teknologi lama menambah nilai tambah pada teknologi baru, terus berkembang mencari bentuk dan formatnya sendiri-sendiri. Bisnis inti perusahaan yang menentukan ke arah mana bentuk konvergensi teknologi komunikasi tersebut. Karena pada dasarnya, sebuah perusahaan teknologi akan terus mengembangkan produk-produknya untuk memenuhi kebutuhan konsumen yang selama ini telah disasanya. Fitur-fitur baru terus dicangkokkan untuk menambah fungsi produk yang mereka hasilkan.

³⁴ Stanley J. Baran, *Pengantar Komunikasi Massa Melek Media dan Budaya*, Gelora Aksara Pratama, Jakarta, 2012, h 394

Produk yang dilengkapi dengan banyak fitur, akan memberikan nilai tambah terhadap produk tersebut. Banyaknya fitur, akan memudahkan tim marketing untuk menjualnya.

2.3.3 New Media

Media Baru merupakan bentuk media di luar media elektronika (televisi, radio, film) dan media cetak (majalah, koran, tabloid). Sifat media baru (*new media*) adalah cair (*fluids*), konektivitas individual dan menjadi sarana untuk membagi peran kontrol dan kebebasan. Kemajuan teknologi komunikasi telah melahirkan internet, *newsgroup*, *mailing list*, televisi kabel multisaluran, televisi digital, dan buku-buku yang sudah dapat dibaca dalam format *ebook*. Kehadiran media baru ini, membuat lingkungan media massa mengalami berbagai perubahan. Pengertian komunikasi massa mengalami penambahan makna. Karena kini teknologi percetakan dan telekomunikasi yang bersifat satu arah, mulai mengalami perubahan fungsi dan format dalam berbagai hal.

Sejak kehadiran internet, media cetak (surat kabar, majalah, tabloid) dan media elektronik (radio, televisi, film) sering dikategorikan media konvensional, karena pesan yang disampaikan adalah *one to many* (satu untuk semua). Sedangkan internet yang sifatnya interaktif dikategorikan dalam media baru karena mampu menyampaikan pesan *from many to many* (milis).

Ada empat ciri lingkungan media baru yang dibentuk karena kemajuan teknologi.

1. Teknologi yang dahulu berbeda dan terpisah seperti percetakan dan penyiaran kini bergabung.
2. Kita sedang bergeser dari kelangkaan media menuju media yang melimpah.
3. Kita sedang mengalami pergeseran dari mengarah kepuasan massa audiens kolektif menuju kepuasan grup atau individu.
4. Kita sedang mengalami pergeseran dari media satu arah kepada media interaktif.³⁵

³⁵ Werner J & Tankard, Jr, James W Severin, *Teori Komunikasi, Sejarah, Metode Dan Terapan Didalam Media Massa* (Jakarta: Predana Media, 2005), h. 5.



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.

Adapun penjelasan lingkungan media baru adalah, pertama, teknologi yang dahulu berbeda dan terpisah kini bergabung. Batasan antara penerbit, produsen, distributor, konsumen, dan pengamat konten sudah semakinkabur.³⁶

Media baru merupakan bagian dari teknologi komunikasi. Namun, dalam berbagai diskursus tentang media baru, terdapat pertanyaan, bagaimana beberapa media dapat dikategorikan sebagai suatu media yang baru. Pada beberapa tahun silam, telepon seluler merupakan salah satu media baru. Namun seiring berjalannya waktu, media baru bukanlah terbentuk dari perubahan bentuk fisik suatu media yang telah lama digunakan, melainkan perubahan mengenai metode bagaimana distribusi dan penyimpanan data dilakukan. Internet menjadi salah satu media signifikan yang dapat dikategorikan sebagai media baru. Internet merupakan jaringan elektronik yang dapat menghubungkan penduduk dunia dengan informasi melalui berbagai perangkat.

Informasi tersebut pun bentuknya beragam, dari mulai data teks, foto, suara, hingga video. *New media* telah membuat bentuk komunikasi massa mengalami perubahan. Menurut McQuail dalam bukunya *Teori Komunikasi Massa*, ciri utama media baru adalah adanya saling keterhubungan, aksesnya terhadap khalayak individu sebagai penerima maupun pengirim pesan, interaktivitasnya, kegunaan yang beragam sebagai karakter yang terbuka, dan sifatnya yang ada di mana-mana.³⁷

Adapun perbedaan media baru dari media lama, yakni media baru mengabaikan batasan percetakan dan model penyiaran dengan memungkinkan terjadinya percakapan antar banyak pihak, memungkinkan penerimaan secara simultan, perubahan dan penyebaran kembali objek-objek budaya, mengganggu tindakan komunikasi dari posisi pentingnya dari hubungan kewilayah dan modernitas, menyediakan kontak global secara instan, dan memasukkan informan modern/akhir modern ke dalam mesin aparat yang berjaringan. Membandingkan media baru untuk mencetak, fotografi, atau televisi tidak akan pernah memberitahu kita keseluruhan cerita. Karena meskipun dari satu sudut pandang

³⁶ *Ibid.*, hal 11

³⁷ Denis McQuali, *Teori Komunikasi Massa*, (Jakarta: Selemba Humanika ,2011), h.153



media baru memang jenis lain dari media, dari lain itu hanya jenis tertentu dari data komputer.³⁸

Teori media baru merupakan sebuah teori yang dikembangkan oleh Pierre Levy, yang mengemukakan bahwa media baru merupakan teori yang membahas mengenai perkembangan media. Dalam teori media baru, terdapat dua pandangan, pertama yaitu pandangan interaksi social membedakan media menurut seberapa dekat media dengan model interaksi tatap muka. Kedua, pandangan integritassosial : pendekatan ini menggambarkan media bukan dalam bentuk informasi, interaksi, atau penyebarannya, tetapi dalam bentuk ritual atau bagaimana manusia menggunakan media sebagai cara menciptakan masyarakat dengan menyatukan masyarakat dalam bentuk rasa saling memiliki. Yang membedakan media menurut kedekatannya dengan interaksi tatap muka.

Teori ini mempunyai asumsi bahwa karena bentuk dan kecanggihan serta kemanjaan yang ditawarkan oleh media baru, audience lebih cenderung untuk pasrah dan secara konstan menerima dirinya untuk „disuntik“ oleh pesan yang disampaikan media. Pierre Levy memandang *World Wide Web* (WWW) sebagai sebuah lingkungan informasi yang terbuka, *fleksibel* dan dinamis, yang memungkinkan manusia mengembangkan orientasi pengetahuan yang baru dan juga terlibat dalam dunia demokratis tentang pembagian mutual dan pemberian kuasa yang lebih interaktif dan berdasarkan pada masyarakat.³⁹

Kategori dari New Media terdiri dari 6 bagian:

1. Interaktif (*Interactive*), media baru diakui paling interaktif meskipun di media lama sudah banyak yang dapat bersifat dua arah seperti kuis, ngobrol, dan sebagainya dengan penontondirumah tetapi itu tetap melalui tahap seleksi atau gatekeeping dari media tersebut.⁴⁰
2. Hipertekstual (*Hypertextual*), berarti setiap informasi yang sudah ada di media lama seperti televisi, radio, dan surat kabar kembali dimasukan kedalam media baru dengan tampilan yang sudah disesuaikan dengan

³⁸ Fatty Faiqa, Muh. Nadjib, Andi Subhan Amir, "youtube sebagai sarana komunikasi bagi komunitas makasar vidgram," 263

³⁹ ibid

⁴⁰ Ibid., 264



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.

tampilan media baru. Hal ini digunakan sebagai database perpindahan media dari media lama ke mediabarunya sehingga informasi yang dahulu tidak hilang begitu saja.

3. Jaringan (*Network*), jaringan berarti didalam media baru internet terdapat beberapa jaringan yang saling menguatkan untuk mempermudah orang menemukan dan menggunakan internet dalam mencari informasi.
4. Dunia Maya (*Virtual*), Karakteristik ini menjadi karakteristik yang melemahkan bagi media baru internet, karena sifatnya yang maya sehingga identitas seseorang atau kelompok di dalam media baru internet ini menjadi tidak jelas dan tidak bisa dipercaya sepenuhnya. Proses *gatekeeping* yang bebas mengakibatkan hal ini menjadi masalah bagi media baru internet.
5. Simulasi (*Simulated*). Dalam zaman digital memiliki hubungan yang dekat dengan peniruan atau simulasi. Media baru menirukan beberapa dari media lama yang masih bisa diangkat dimasukan kedalam media baru. Khalayak pengguna media baru juga akan meniru apa informasi yang dia dapat didalam media baru ke dunia nyata yang mempengaruhi hidupnya.
6. *Digital*, dalam dunia digital semua diproses menggunakan mesin yang digerakkan oleh sistem informasi yang diolah oleh kode atau nomor yang dibuat oleh manusia. Dalam hal ini media komunikasi dan representasi biasanya terbentuk dari suara dan cahaya yang telah dikodekan dalam suatu sistem. Seperti foto yang dulunya analog menjadi foto digital, dan sebagainya. Kode-kode ini kemudian dimasukan kedalam sebuah memori digital yang digunakan sebagai database. Kemunculan media baru turut memberikan andil akan perubahan pola komunikasi masyarakat. Media baru, dalam hal ini internet sedikit banyak mempengaruhi cara individu berkomunikasi dengan individu lainnya. Internet di kehidupan sekarang hadir untuk memenuhi kebutuhan manusia dalam berkomunikasi dan memperoleh informasi.⁴¹

⁴¹ Ibid., 265



Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

Menyatunya teknologi dalam satu media karena tiga hal, pertama secara teknis perangkat keras teknologi tersebut memungkinkan untuk digabung. Kedua, perangkat lunak yang mengoperasikan sistem tersebut sudah kompatibel satu dengan yang lainnya. Ketiga, persaingan pasar membuat produsen menciptakan produk yang memiliki banyak fungsi. Printer yang awalnya hanya berfungsi mencetak, kini sudah dilengkapi dengan fitur foto copy dan scanner. Telepon seluler yang awalnya hanya untuk berkomunikasi, kini sudah dilengkapi dengan fitur foto, video, musik, internet, dan games⁴².

Kedua, kita sedang bergeser dari kelangkaan media menuju media yang melimpah. Sebelum teknologi komunikasi berkembang pesat, orang mendapatkan informasi hanya dari media cetak, radio, dan televisi. Pada tahun media bertambah lagi dengan kehadiran internet. Saat membuka internet, orang akan mendapatkan berbagai media mulai dari media cetak dan media elektronika.

Ketiga, kita sedang mengalami pergeseran dari mengarah kepuasan massa audiens kolektif menuju kepuasan grup atau individu. Media konvensional membuat produk bersifat umum, untuk menjangkau audiens dari seluruh lapisan masyarakat. Kehadiran internet dan TV kabel membuat audiens menjadi spesifik, sehingga membuat pihak yang berkepentingan harus membuat produk yang sesuai dengan media baru tersebut. Produk komunikasi harus dibuat sesuai dengan karakter media yang akan digunakan. Hal itu dilakukan untuk memuaskan audiens media tersebut. Produk iklan untuk TV umum harus dibuat berbeda dengan produk iklan yang akan dimuat untuk internet atau TVkabel.

Keempat, kita sedang mengalami pergeseran dari media satu arah kepada media interaktif. Media massa cetak dan elektronika menyampaikan pesan hanya satu arah dari produsen ke masyarakat. Sehingga pembaca atau pemirsa tidak memiliki kesempatan untuk memberikan *feedback* secara langsung kepada para pengelola media tersebut. *Feedback* pada media cetak dan elektronika bersifat *feedback* tertunda. Teknologi komunikasi baru membuat hubungan produsen media cetak dan masyarakat bisa berlangsung timbal balik dalam waktu bersamaan. Peran keduanya bisa saling berpindah, dimana satu saat pengelola

⁴² Media Suahya, Drs, "teknologi komunikasi dan media," 11

media cetak menjadi komunikator, tapi saat berikutnya berubah menjadi komunikasikan. Demikian pula terhadap pembaca, yang bisa berubah peran sebagai komunikator dan komunikan.⁴³

Media baru merupakan istilah yang dipakai untuk semua bentuk media komunikasi massa yang berbasiskan teknologi komunikasi dan dan teknologi informasi. Media baru yang memiliki ciri tersebut adalah Internet. Internet adalah jaringan kabel dan telepon dan satelit yang menghubungkan komputer.⁴⁴ Media baru merupakan sebuah sebutan untuk menjelaskan konvergensi antara teknologi komunikasi digital yang terkomputerisasi serta terhubung ke dalam jaringan.

Ciri media baru internet menurut Denis Mc Quil Pertama, internet tidak hanya berkaitan dengan produksi dan distribusi pesan, tetapi juga dapat disetarakan dengan pengolahan, pertukaran, dan penyimpanan. Kedua, media baru merupakan lembaga komunikasi publik dan privat, dan diatur (atau tidak) dengan layak. Ketiga, kinerja mereka tidak seteratur sebagaimana media massa yang profesional dan *birokratis*.

Terdapat perbedaan signifikan yang menekankan fakta bahwa hubungan media baru dengan media massa adalah pada penyebarannya yang luas, secara prinsip tersedia untuk semua jenis komunikasi, dan setidaknya bebas dari kontrol. Bila sebelumnya masyarakat mengenal media konvensional (media cetak, radio, televisi, film), kini telah diperkenalkan dengan media baru (internet).

2.4 Redaksi

Kata redaksi yang berarti suatu bagian terpenting dalam organisasi media komunikasi massa yang tugas pokoknya mengelola isi atau acara media massa baik cetak ataupun elektronik. Secara umum redaksi mempunyai tugas dan wewenang untuk pengadaan, pengelolaan, penampilan dan penyusunan komposisi naskah sesuai dengan misi mediatersebut.⁴⁵

⁴³ *Ibid.*, 11-12.

⁴⁴ Vivian Jhon, *Teori Komunikasi Massa*, (Jakarta: Predanamedia Group,2008

⁴⁵ Maskun iskandar, *Ensiklopedia Nasional Indonesia* (Jakarta: PT. Cipta Adi Pustaka, 1990), h. 125

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.

1. Fungsi dan Tugas Redaksi

Secara garis besar keredaksian dibagi menjadi empat jenjang, yaitu

a. Pemimpin Redaksi

Pemimpin redaksi bertanggung jawab pada pekerjaan yang terkait dengan perencanaan dalam laporan berita. Selain itu, ikut memimpin rapat redaksi yang memutuskan peristiwa apa yang diangkat, peristiwa mana yang ditangguhkan. Dengan kata lain, tugas dari pemimpin redaksi adalah menentukan kebijakan isu media.

b. Redaktur Pelaksana

Merupakan penanggung jawab utama seluruh pelaksanaan pencarian berita. Redaktur pelaksana atau biasa disingkat menjadi redpel ini, berkemampuan untuk memutuskan berbagai berita utama harus ditempatkan di halaman mana. Selain itu, ia juga bisa membuat kebijakan redaksi yang tentunya sudah melalui proses diskusi dengan pemimpin redaksi. Kerja dari redpel biasanya dibantu oleh beberapa asisten, yang bertanggung jawab dalam bidang redaksional tertentu atau redaktur.

2. Redaktur

Dalam perusahaan media biasanya terdapat berbagai macam redaktur yang disesuaikan dengan bahasanya yang ada pada media tersebut. Seperti redaktur opini, yang membidangi halaman opini. Redaktur opini bertugas dalam mengerjakan Tajuk Rencana, memilah-milah kiriman artikel para penulis lepas, mengontak para kolumnis yang dipilihnya atau yang direncanakan redaksi untuk menulis soal kemasyarakatan. Ia adalah penjaga gawang perbedaan antara tulisan fakta dan opini. Adapula, redaktur berita, bertanggung jawab untuk mengontrol *copy desk*, bagian naskah (sebelum dicetak), dimana editing akhir berita dikerjakan serta halaman didesain dan headline ditulis. Kerja dari redaktur berita dibantu oleh redaktur naskah.

Sedangkan redaktur kota, mewadahi pemberitaan yang bersifat lokal. Redaktur kota biasanya selalu ada setiap susunan organisasi media.



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.

Karena desk kota merupakan pusat dari ruang pemberitaan Koran. Kedudukan redaktur kota paralel dengan para redaktur yang membidangi pemberitaan tertentu, seperti redaktur nasional, redaktur internasional, redaktur ekonomi, redaktur features, redaktur olah raga, redaktur bisnis, redaktur minggu dan lainnya. Masing-masing redaktur itu membawahi tugas-tugas peliputan, pemolesan, dan pengeditan berita-berita yang ditulis wartawan yang dibawahinya.

3. Wartawan dan Reporter

Tugas dari wartawan itu sendiri adalah untuk mencari, mengumpulkan dan mengolah serta membuat berita.⁴⁶

Menurut Totok Djuroto dalam bukunya Pengantar Studi Kebijakan membagi keredaksian menjadi:

a. Top Manager (pemimpin umum)

Adalah orang pertama yang bertanggung jawab terhadap semua isi penerbitan pers. Ia adalah orang pertama dalam perusahaan penerbitan pers. Ia mempunyai tanggung jawab untuk mengendalikan perusahaan itu sendiri atau dipegang orang lain yang dipercayai olehnya. Dalam mengembangkan perusahaannya, pemimpin umum memegang banyak kendali berupa bidang redaksi, bidang percetakan, atau produksi dan bidang usaha. Untuk itu dapat mengangkat tiga pejabat yang ditugasi melaksanakan ketiga kegiatan tersebut.

b. Pemimpin Redaksi

Pemimpin redaksi adalah orang pertama yang bertanggung jawab terhadap semua isi pemberitaan pers. Sesuai dengan undang-undang Pers, pemimpin redaksi bertanggung jawab terhadap semua tuntutan hukum yang disebabkan oleh kesalahan penulisan redaksi atau hal-hal yang dinilai melanggar hukum.

⁴⁶ Septiawan Santana K, *Jurnalisme Kontemporer* (Jakarta: Yayasan Obor Indonesia, 2005), h. 191-194



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.

c. Sekretaris Redaksi

Sekretaris redaksi adalah pembantu pemimpin redaksi dalam hal administrasi keredaksionalan. Misalnya, menerima surat-surat dari luar yang menyangkut keredaksionalan, membuat surat-surat yang diperlukan oleh pemimpin redaksi.

d. Redaktur Pelaksana

Redaktur pelaksana adalah jabatan yang dibentuk pemimpin redaksi untuk membantu dalam melaksanakan tugas-tugas keredaksionalannya.

4. Redaktur

Redaktur adalah jabatan yang bertanggung jawab terhadap suatu bidang pemberitaan. Tugas redaktur adalah menerima bahanberita, baik dari kantor berita, wartawan, koresponden, atau bahkan press realese dari lembaga, organisasi, instansi pemerintah atau perusahaan swasta. Bahan berita itu kemudian diseleksi untuk dipilih mana yang layak dimuat segera dan mana yang bisa ditunda pemuatannya.

5. Wartawan

Wartawan atau reporter adalah seseorang yang bertugas mencari, mengumpulkan, dan mengolah informasi menjadi berita untuk disiarkan di media massa.

6. Koresponden

Koresponden atau yang lebih dikenal dengan sebutan wartawan pembantu adalah seseorang yang berdomisili di suatu daerah, yang diangkat atau ditunjuk oleh suatu perusahaan media massa diluar daerah atau diluar negeri untuk memberikan laporan secara kontinu tentang suatu kejadian.⁴⁷

Aceng Abdullah dalam bukunya *Press Relations*, menjelaskan mengenai kebijakan redaksional ini meliputi sikap “politik” media dan aturan keredaksian kewartawanan. Politik disini bisa diartikan secara arti

⁴⁷ Totok Djuroto, *Manajemen Penerbitan Pers*, (Bandung: PT. Remaja Rosdakarya, 2004), h. 18-24



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.

sesungguhnya atau juga bukan dalam arti sesungguhnya. Berkaitan dalam kebijakan redaksional; setiap media massa memiliki sikap yang berbeda dalam melihat satu permasalahan, sehingga antara media satu dengan media lainnya pasti memiliki sikap yang berbeda. Begitu pun dalam pengertian politik yang sesungguhnya, karena adakalanya setiap media memiliki kepentingan untuk golongan politik tertentu. Sikap “politik” media ini pun bukan hanya pada partai politik, akan tetapi terhadap berbagai kepentingan lain yang berhubungan dengan kepemilikan media, sejarah media, alasan ekonomi, misi media serta kepentingan lainnya.⁴⁸

Kepemilikan media bisa perorangan atau individu, perusahaan, organisasi profesi, orsospol, BUMN, yayasan atau lembaga lainnya. Berkaitan dengan misi yang diembannya maka sebuah media akan membedakan sikap dan warna pemberitaannya. Misalnya media yang memiliki misi tertentu baik dari sisi kesukuan, keagamaan, maupun penggolongan kelompok tertentu, pasti memiliki sikap dan warna yang lain.

Sikap, posisi, dan pandangan suatu media merupakan faktor terbesar yang mempengaruhi kebijakan redaksi. Namun, untuk mengimbangi kebijakan tersebut perlu memasukkan nilai atau norma yang berlaku dalam masyarakat. Hal ini seperti yang dikatakan oleh Djudjuk Juyoto, “Redaksi juga harus menganalisa yang akan diturunkan, yakni adanya daya imbang dan kebijaksanaan redaksionalnya. Tentunya untuk merealisasikan kenyataan semacam itu, dituntut oleh nilai-nilai, norma-norma, dan standar yang harus Diberlakukan dalam kehidupan masyarakatnya, yakni mampu membangun secara spiritual danmaterilnya”.⁴⁹

⁴⁸ Aceng Abdullah, *Press Relations: Kiat Berhubungan dengan Media Massa* (Bandung: PT. Remaja Rosdakarya, 2004), h. 20-21

⁴⁹ Djudjuk Juyoto, *Jurnalistik Praktis, Sarana Penggerak Lapangan Kerja Raksasa*, (Yogyakarta: Nurcahya, 1985, h. 31

2.5 Kebijakan Redaksi

Kebijakan redaksional terdiri dari dua kata, yaitu kebijakan dan redaksional. Menurut Kamus Bahasa Indonesia, kebijakan adalah rangkaian konsep dan asas yang menjadi garis besar serta dasar sebuah rencana dalam pelaksanaan suatu pekerjaan kepemimpinan dan cara bertindak: pernyataan, cita-cita, tujuan, prinsip, maksud sebagai garis pedoman untuk manajemen dalam usaha mencapai sasaran.⁵⁰

Pengertian kebijakan redaksional adalah dasar pertimbangan suatu lembaga media massa untuk memberitakan atau menyiarkan suatu berita. Kebijakan redaksional juga dapat ditunjukkan berupa sikap redaksi suatu lembaga media massa dalam tajuk Rencana atau Editorial. Kebijakan redaksi itu penting karena digunakan untuk menyikapi suatu peristiwa karena dalam dunia pemberitaan yang penting bukan saja peristiwa, tetapi juga sikap terhadap peristiwa itu sendiri.⁵¹

Adapun Pengertian kebijakan dalam Kamus Manajemen adalah pernyataan cita-cita, tujuan, prinsip, atau maksud sebagai garis pedoman untuk manajemen dalam usaha mencapai sasaran. Sedangkan redaksional berasal dari kata redaksi yang berarti suatu bagian terpenting dalam organisasi media komunikasi massa yang tugas pokoknya mengelola isi atau acara media massa baik cetak ataupun elektronik. Secara umum redaksi mempunyai tugas dan wewenang untuk pengadaan, pengelolaan, penampilan dan penyusunan komposisi naskah sesuai dengan misi media tersebut.⁵²

Dalam buku Bahasa Jurnalistik dinyatakan bahwa kebijakan redaksional lebih memusatkan perhatian kepada bagaimana aspek- aspek dan misi ideal yang dijabarkan dalam peliputan dan penempatan berita, laporan, tulisan dan gambar yang sesuai dengan kepentingan dan selera khalayak yang relatif beragam.⁵³

⁵⁰ Lukman Ali, et.al., *Kamus Bahasa Indonesia* (Jakarta: Balai Pustaka, 1994), h.640

⁵¹ Sudirman, Tebba, *Jurnalistik Baru* (Ciputat: Kalam Indonesia, 2005), h.150

⁵² Maskun Iskandar, *Ensiklopedia Nasional Indonesia* (Jakarta: PT. Cipta Adi Pustaka, 1990), h. 125

⁵³ Haris Sumadiri, *Bahasa Jurnalistik Panduan Praktis Penulis dan Jurnalis* (Bandung: Simbiosis Rekatama Media, 2006), h. 23



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.

Kebijakan redaksional merupakan jantung dari proses yang dilakukan dalam memproduksi isi surat kabar maupun media elektronik televisi, suatu kontrol internal yang berlaku di dalamnya. Kebijakan redaksional ini memengaruhi dan mengontrol isi yang akan diterbitkan pada halaman yang disediakan dalam menjalankan fungsinya kepada masyarakat.⁵⁴

Suatu berita yang diterbitkan, dipilih melalui proses perencanaan dan bahkan hasil kajian yang cukup panjang. Setiap media dalam pemberitaan biasanya memiliki pedoman atau panduan masing-masing dalam penetapan beritanya, hal ini biasa disebut dengan kebijakan redaksional.

Kebijakan redaksional adalah sesuatu yang penting dalam kelangsungan sebuah perusahaan media massa, karena kebijakan redaksional pembeda antara media satu dengan media dengan media lainnya. Selain itu, jika sebuah media tidak memiliki kebijakan redaksi, maka media tersebut dalam penyampaian berita-beritanya tidak akan konsisten. Hal ini ditandai dengan penyampaian berita yang selalu berubah-ubah. Hari ini menyuarakan dukungan terhadap kebijakan pemerintah, besoknya menyuarakan menentang terhadap kebijakan pemerintah. Sikap media yang seperti ini, dapat melunturkan kepercayaan khalayak pada media tersebut.

Berdasarkan pengertian diatas, maka jika digabungkan pengertian kebijakan redaksional adalah dasar pertimbangan suatu lembaga media massa untuk memberitahukan atau menyiarkan suatu berita. Kebijakan redaksi juga dapat ditunjukkan berupa sikap redaksi suatu lembaga media massa dalam Tajuk Rencana atau Editorial. Kebijakan redaksi itu penting karena digunakan untuk menyikapi suatu peristiwa karena dalam dunia pemberitaan yang penting bukan saja peristiwa, tapi juga sikap terhadap peristiwa itu sendiri.⁵⁵

2.6 Berita

Dough Newsom dan James A. Wollert dalam *Media Writing: News for the Mass Media* mengemukakan, dalam definisi sederhana, berita adalah apa saja

⁵⁴ Irwan, Andi Alimuddin Unde, Hasrullah, "Kebijakan Redaksional Harian Berita Kota Makassar Dalam Penyiaran Berita Kriminal Di Kota Makassar," 364.

⁵⁵ Sudirman Tebba, *Jurnalistik Baru* (Ciputat: Kalam Indonesia, 2005), h. 150



yang ingin dan perlu diketahui orang atau lebih luas lagi oleh masyarakat. Dengan melaporkan berita, media massa memberikan informasi kepada masyarakat mengenai apa yang mereka butuhkan.⁵⁶

Definisi lain, yang dikumpulkan Assegaff diharapkan bisa memberikan pengertian dan pemahaman yang lebih luas lagi kepada kita mengenai berita. Dean M. Lyle Spencer, misalnya, dalam *News Writing* menyatakan, berita adalah suatu kenyataan atau ide yang benar yang dapat menarik perhatian sebagian besar pembaca. Michael V. Charnley dalam *Reporting* menegaskan, berita adalah laporan tercepat mengenai fakta dan opini yang menarik atau penting, atau kedua-duanya, bagi sejumlah besar penduduk.

Williard C. Bleyer dalam *Newspaper Writing and Editing*, menulis berita adalah sesuatu yang termasa yang dipilih oleh wartawan untuk dimuat dalam surat kabar, karena dia menarik minat atau mempunyai makna bagi pembaca surat kabar, atau karena dia dapat menarik para pembaca untuk membaca berita tersebut.

William S. Maulsby dalam *Greeting the News* menegaskan, berita bisa didefinisikan sebagai suatu penuturan secara benar dan tidak memihak dari fakta-fakta yang mempunyai arti penting dan baru terjadi, yang dapat menarik perhatian para pembaca surat kabar yang membuat berita tersebut.

Dalam definisi jurnalistik, seperti dikutip Assegaff dikatakan, berita adalah laporan tentang fakta atau ide termasa, yang dipilih oleh staf redaksi suatu harian untuk disiarkan, yang dapat menarik perhatian pembaca, entah karena dia luar biasa, entah karena penting atau akibatnya, entah pula karena dia mencakup segi-segi human interest seperti humor, emosi, dan ketegangan.⁵⁷

Dengan kata lain, berita bukan hanya menunjuk pada pers atau media massa dalam arti sempit dan “tradisional”, melainkan juga pada radio, televisi, film, internet, atau media massa dalam arti luas dan modern. Berita pada awalnya memang hanya “milik” surat kabar. Tetapi sekarang berita juga menjadi “darah-daging” radio, televisi, dan internet. Tak ada media tanpa berita, sebagaimana

⁵⁶ Haris AS Sumadiria, *Jurnalistik Indonesia, Menulis Berita dan Feature, Panduan Praktis Jurnalis Profesional*, h. 24

⁵⁷ ibid

hanya tak ada berita tanpa media. Berita telah tampil sebagai kebutuhan dasar masyarakat modern di seluruh dunia.⁵⁸

2.6.1 Jenis-jenis Berita

2.6.1.1 *Straight news* report adalah laporan langsung mengenai suatu peristiwa. Misalnya sebuah pidato biasanya merupakan berita- berita langsung yang hanya menyajikan apa yang terjadi dalam waktu singkat. Berita memiliki nilai penyajian objektif tentang fakta-fakta yang dapat dibuktikan. Biasanya, berita jenis ini ditulis dengan unsur-unsur yang dimulai dari *what, who, when, where, why, dan how*(5W1H).

2.6.1.2 *Depth news* report merupakan laporan yang sedikit berbeda dengan *straight news* report. Reporter (wartawan) menghimpun informasi dengan fakta-fakta mengenai peristiwa itu sendiri sebagai informasi tambahan untuk peristiwa tersebut. Dalam sebuah *depth* report tentang pidato pemilihan calon presiden, reporter akan memasukan pidato itu sendiri dan dibandingkan dengan pernyataan-pernyataan yang telah dikeluarkan oleh calon presiden tersebut beberapa waktu lalu. Jenis laporan ini memerlukan pengalihan informasi, bukan opini reporter. Fakta-fakta yang nyata masih tetap besar.

2.6.1.3 *Comprehensive news* merupakan laporan tentang fakta yang bersifat menyeluruh ditinjau dari berbagai aspek. Berita menyeluruh, sesungguhnya merupakan jawaban terhadap kritik sekaligus kelemahan yang terdapat dalam berita langsung (*straight news*). Sebagai gambaran, berita langsung bersifat sepotong- sepotong, tidak utuh, hanya merupakan serpihan fakta setiap hari. Berita langsung seperti tidak peduli dengan hubungan atau keterkaitan antara berita yang satu dengan berita yang lain. Analog dengan dunia tinju, berita langsung bersifat hit and run (pukul dan lari).

⁵⁸ *Ibid.*, h. 64-65

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

- © Hak cipta milik UIN Suska Riau
- State Islamic University of Sultan Yarif Kasim Riau
- 2.6.1.4 Interpretative report lebih dari sekedar *straight news* dan *depth news*. Berita interpretatif biasanya memfokuskan sebuah isu, masalah, atau peristiwa-peristiwa kontroversial. Namun demikian, fokus laporan beritanya masih berbicara mengenai fakta yang terbukti bukan opini. Dalam jenis laporan ini, reporter menganalisis dan menjelaskan. Karena laporan interpretatif bergantung pada pertimbangan nilai dan fakta, maka sebagian pembaca menyebutnya sebagai “opini”. Biasanya, para reporter interpretatif menemui sedikit masalah dalam pencarian fakta. Mereka umumnya mencoba menerangkan berbagai peristiwa publik. Sumber informasi bisa diperoleh dari narasumber yang mungkin hanya memberikan informasi yang sesuai dengan keinginan dan kebutuhan mereka.
- 2.6.1.5 *Feature story* berbeda dengan *straight news*, *depth news*, atau *interpretative news*. Dalam laporan-laporan berita tersebut, reporter menyajikan informasi yang penting untuk para pembaca. Sedangkan dalam *feature*, penulis mencari fakta untuk menarik perhatian pembacanya. Penulis *feature* menyajikan suatu pengalaman pembaca (*reading experiences*) yang lebih bergantung pada gaya (*style*) penulisan dan humor daripada pentingnya informasi yang disajikan.
- 2.6.1.6 *Depth reporting* adalah pelaporan jurnalistik yang bersifat mendalam, tajam, lengkap, utuh tentang suatu peristiwa fenomenal dan aktual. Dengan membaca karya pelaporan mendalam, orang akan mengetahui dan memahami dengan baik duduk perkara suatu persoalan dilihat dari berbagai perspektif atau sudut pandang. Pelaporan mendalam, dalam tradisi pers kita sering disajikan dalam rubrik khusus seperti laporan utama, bahasan utama, focus. Pelaporan mendalam disajikan dalam beberapa judul untuk menghindari kejenuhan pembaca. Pelaporan mendalam ditulis oleh tim, disiapkan dengan matang, memerlukan waktu beberapa hari atau minggu, dan membutuhkan biaya peliputan cukup besar.
- 2.6.1.7 *Investigative reporting* berisikan hal-hal yang tidak jauh berbeda dengan laporan interpretatif. Berita jenis ini biasanya memusatkan pada sejumlah

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.



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.

masalah dan kontroversi. Namun demikian, dalam laporan investigatif, para wartawan melakukan penyelidikan untuk memperoleh fakta yang tersembunyi demi tujuan. Pelaksanaannya sering illegal atau tidak etis.

- 2.6.1.8 Editorial *writing* adalah pikiran sebuah intitusi yang diuji di depan sidang pendapat umum. Editorial adalah penyajian fakta dan opini yang menafsirkan berita-berita yang penting dan mempengaruhi pendapat umum. Para penulis editorial bukan bekerja unruk dirinya sendiri, melainkan untuk sebuah surat kabar, majalah, atau stasiun radio. Kadang-kadang, mereka merasakan dirinya sebagai petugas informasi masyarakat pada masa perang yang sering merasa tidak yakin sejauh mana mereka harus memberikan informasi kepada para reporter tentang peristiwa-peristiwa militer. Seperti halnya petugas informasi, penulis editorial mungkin akan diberi instruksi sebelum menulis.⁵⁹

2.6.2 Sumber Berita

Sumber berita adalah tempat atau dari mana asalnya berita itu diperoleh. Bagi seorang pencari berita atau wartawan, kegiatan pertama yang mereka lakukan ialah mencari dan menemukan sumber berita. Mereka akan mendatangi kantor polisi, rumah sakit, pengadilan, pameran pasar, atau instansi pemerintah maupun swasta. Disamping itu pun si pencari berita akan mendatangi lokasi bencana alam, menyaksikan pertandingan atau perlombaan olahraga, lokasi kebakaran, dan sebagainya.

Banyak sumber berita yang dapat ditemukan. Pada kenyataannya sumber berita selalu berpangkal pada manusia dan alam sekitar manusia. Manusia sebagai sumber berita tidak terbatas hanya pada para pejabat dari instansi pemerintah atau swasta, tetapi juga mereka yang tidak memiliki kedudukan tertentu seperti abang becak, tukang sayur, sopir, kondektur, dan sebagainya.

Meskipun demikian tidak semua manusia tepat untuk dijadikan sumber berita. Manusia tepat untuk dijadikan sumber berita, apabila manusia tersebut:

⁵⁹ AS Haris Sumadiria. *JURNALISTIK INDONESIA Menulis Berita dan Feature Panduan Praktis Jurnalis profesional* (Bandung: Simbiosis Rekatama Media, 2006), h 69-71

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

- © Hak cipta milik UIN Suska Riau
State Islamic University of Sultan Syarif Kasim Riau
- 2.6.2.1 Terlibat langsung di dalam suatu masalah atau peristiwa yang dijadikan berita (manusia tersebut mengalami sendiri peristiwa ataumasalahnya).
 - 2.6.2.2 Tidak terlibat langsung di dalam suatu masalah atau peristiwa yang dijadikan berita, tetapi mempunyai hubungan erat secara formal, persahabatan, persaudaraan, atau keluarga dengan manusia yang terlibat langsung pada masalah/peristiwatersebut.
 - 2.6.2.3 Menyaksikan jalannya atau terjadinya suatu peristiwa yang dijadikan berita (manusia tersebut biasa dinamakan saksi mata).
 - 2.6.2.4 Memiliki wewenang dan menangani secara langsung suatu masalah atau peristiwa yang dijadikan berita (misalnya, polisi yang bertugas menangani langsung suatu peristiwakejahatan).
 - 2.6.2.5 Ahli di dalam bidangnya. (Misalnya seorang ahli pelayaran dapat diminta pendapatnya, sehubungan dengan terjadinya peristiwa kapal yang tenggelam).

Sumber berita selalu berpangkal pada manusia dan alam sekitar manusia.

Kegiatan atau kejadian yang berpangkal pada manusia dan alam sekitar manusia, serta pendapat yang dinyatakan manusia tentang suatu masalah/peristiwa, adalah wujud dari sumber berita. Secara singkat dapat dinyatakan bahwa wujud dari sumber berita terdiri atas peristiwa dan pendapat.

Yang dimaksud peristiwa adalah segala sesuatu kegiatan atau kejadian.

Peristiwa yang berpangkal pada manusia terdiri atas:

1. Kegiatan yang dilakukan manusia. Contoh: perlombaan olahraga renang, perampokan, pembunuhan, dan sebagainya.
2. Kejadian yang menimpa/dialami manusia. Contoh: korban bencana alam, korban kecelakaan, dan sebagainya.
3. Kegiatan atau kejadian yang diamati/dipelajari manusia. Contoh: penelitian ruang angkasa, penelitian kehidupan di bawah air, dan sebagainya.

Di samping peristiwa yang berpangkal pada manusia, ada peristiwa yang berpangkal pada alam sekitar manusia. Yang tergolong alam sekitar manusia yaitu segala makhluk yang bukan manusia dan benda-benda di sekitar manusia

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.

seperti hewan, tumbuh-tumbuhan, gunung, laut, dan sebagainya. Peristiwa yang berpangkal pada alam sekitar manusia dapat dijadikan sumber berita, apabila peristiwa tersebut diketahui oleh manusia.⁶⁰

2.6.3 Syarat Berita

1. Sesuai Fakta, informasi yang disampaikan dalam berita harus sesuai dengan fakta yang sebenarnya dilapangan.
2. Berita Aktual, informasi yang disampaikan merupakan fakta terkini dimana jarak waktu antara kejadian dan penyiaran berdekatan.
3. Berimbang, informasi yang disampaikan harus sesuai dengan fakta yang sebenarnya, tidak memihak atau memojokkan suatu pihak untuk mempengaruhimasyarakat.
4. Lengkap, informasi di dalam berita yang disampaikan harus lengkap sehingga tidak membuat masyarakatbingung.
5. Sistematis, penyampaian isi informasi berita disusun secara sistematis sehingga masyarakat lebih mudahmemahaminya.
6. Akurat, isi berita harus melalui proses konfirmasi dari pihak terkait sehingga akurat dan tidak dibuat-buat untuk kepentingantertentu.
7. Menarik, cara penyampaian berita harus dibuat semenarik mungkin tanpa mengesampingkan tujuan utama dari berita tersebut, yaitu manfaatnya bagi pembaca/pendengar.
8. Mudah Dimengerti, penggunaan dan penyampaian kata di dalam berita harus menggunakan kata-kata yang mudah dimengerti oleh masyarakatawam.⁶¹

2.7 Konten Infotaintment

Dalam konteks Indonesia, konsep *infotainment* lebih banyak dipahami sebagai berita hiburan berupa gosip tentang selebritas. Meskipun demikian, pada perkembangannya sosok yang ditampilkan dalam konten *infotainment* kemudian berkembang tidak hanyamencakup para selebritas saja, melainkan juga tokoh masyarakat, pejabat publik, dan figur publik lainnya.⁶²

⁶⁰ <http://mayaaksara.com/sumber-berita-fakta-dan-berita/>

⁶¹ <https://www.maxmanroe.com/vid/umum/pengertian-berita.html>

⁶² Nunung Prajarto, "Netizen dan Infotaintment: Studi Etnogra Virtual pada Akun InstagramLambe turah



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.

Infotainment adalah satu jenis program acara televisi yang memadukan antara berita dan hiburan. Konsep program seperti ini berasal dari pemikiran bahwa acara berita yang bersifat kaku dan menonton sangat membosankan. Dalam meniasati hal tersebut, diproduksi *infotainment* yang mengemas informasi yang dipadukan dengan hiburan sehingga terkesan lebih santai dan mudah dicerna.⁶³

Kata *infotainment* berasal dari dua kata yaitu *information* yang berarti informasi dan *entertainment* yang berarti memberikan hiburan, namun *infotainment* bukanlah berita hiburan atau berita yang memberikan hiburan. *Infotainment* adalah berita yang menyajikan informasi mengenai kehidupan orang-orang yang dikenal masyarakat (*celebrity*), dan arena sebagian besar dari mereka bekerja pada industri hiburan seperti pemain film, sinetron, penyanyi dan sebagainya, maka berita mengenai mereka disebut dengan *infotainment*. *Infotainment* adalah salah satu bentuk berita keras karena memuat informasi yang harus segera ditayangkan. Program berita regular terkadang menampilkan berita mengenai kehidupan selebritis yang biasanya disajikan pada segmen akhir suatu program berita. Namun dewasa ini *infotainment* dalam program berita sendiri yang terpisah dan khusus menampilkan berita-berita mengenai kehidupan selebritis.

Infotainment adalah berita atau informasi yang penyampaiannya dibumbui dengan hiburan agar masyarakat lebih gampang dalam memahami isi beritanya. Jadi *infotainment* adalah cara atau metode penyampaian informasi dan bukan informasi yang berisikan hiburan apalagi berisi gossip seputar selebritas.⁶⁴

Berkembangnya program *infotainment* menunjukkan telah adanya pergeseran dalam redaksi media. Materi *infotainment* yang berkisar seputar kehidupan selebriti, bukan hanya lebih menekankan pada kehidupan pribadi. Selebriti yang jadi objek pemberitaannya juga seingkali menjadi pedomprak reting. Pemberitaan *infotainment* tidak didukung oleh fakta yang kuat.

⁶³ Ignatius Haryanto, *Aku Selebriti Makanya Aku Penting* (Yogyakarta: Bentang Pusaka, 2005), h. 12

⁶⁴ Soemarno, Soemarjo, *Observasi Kajian Komunikasi dan Infotainment* (Bandung: BP2I dengan Simbosa Rekatama Media, 2006), h. 1.

2.7.1 Bentuk Infotainment

Bentuk *infotainment* umumnya dikenal dalam format siaran di televisi atau cetak di majalah serta tabloid selebritas. Meskipun demikian, perluasan bentuk terjadi kala konten infotainment mulai disampaikan pula melalui media sosial. Dalam jagad media sosial, *infotainment* hadir salah satunya melalui akun Instagram Lambe Turah (@lambe_turah). Akun Lambe Turah dibuat pada tahun 2016 dan secara tegas memosisikan hiburan sebagai topik konten yang disampaikan dalam akunnya. Menariknya, unggahan (*posting*) akun Instagram Lambe Turah berasal dari *netizen* sehingga secara sederhana, akun Lambe Turah merupakan aktualisasi praktik jurnalisme warga di bidang informasi hiburan yang termediasi melalui akun media sosial. Pada tataran ini *netizen* berperan penting dalam arus *infotainment* yang disampaikan oleh Lambe Turah. Lebih lanjut, sentimen informasi serta peran *netizen* dalam akun Lambe Turah akan menjadi fokus paparan yang disampaikan dalam kajian ini.⁶⁵

Kehadiran akun *infotainment* di media sosial tidak lepas dari rekam jejak industri *infotainment* serta perkembangan teknologi komunikasi. Industri infotainment yang pada mulanya berpusat dalam bentuk cetak dan siaran kini telah merambah media baru sebagai platform medianya. Partisipasi masyarakat sebagai produsen informasi kian menguat dengan dukungan piranti teknologi komunikasi. Konsep *netizen journalism* kemudian mampu merefleksikan bahwa industri infotainment di media sosial dapat bekerja, serta memahami segala kontrov Industri Infotainment di Media Sosial Perubahan lanskap industri *infotainment* telah berubah secara signifikan baik dilihat dari aspek bentuk pengemasan maupun cara informasi ini diperoleh. Pada mulanya, upaya untuk memperoleh informasi hiburan cenderung lekat dengan aktivitas paparazi yang terkesan haus informasi dari para figur publik dan secara aktif mengikuti kegiatan keseharian figur publik tertentu demi memperoleh informasi.

2.7.2 Berita Infotainment

Secara ringkas, *infotainment* merupakan istilah yang hadir kala peneliti media dan jurnalisme mencatat adanya garis kabur antara program informasi

⁶⁵ Prajarto, "Netizen dan Infotainment."



(*hard news*) dan konten hiburan (*entertainment*). Di satu sisi, *hard news* tradisional dikemas dengan mempertimbangkan nilai hiburan guna mencari perhatian audiens demi meningkatkan rating.

Di sisi lain, program hiburan mulai bergerak untuk mengangkat topik informasi yang lebih serius. Hal ini kemudian melahirkan konsep *infotainment* sebagai bentuk campuran antara *hard news* dan konten hiburan. Dalam konteks Indonesia, konsep *infotainment* lebih banyak dipahami sebagai berita hiburan berupa gosip tentang selebritas. Meskipun demikian, pada perkembangannya sosok yang ditampilkan dalam konten *infotainment* kemudian berkembang tidak hanya mencakup para selebritas saja, melainkan juga tokoh masyarakat, pejabat publik, dan figur publik lainnya.⁶⁶

2.7.3 Perkembangan beritainfotainment

Sejak tahun 2000, berita selebriti menunjukkan dirinya yang populer disebut *infotainment* yang melampaui iklan dan sinetron yang paling berpengaruh di Indonesia. Ini merupakan genre baru yang membatasi peran perempuan dalam masyarakat Indonesia. Sebagai bentuk hiburan budaya massa *genre* baru produk televisi ini memiliki poin penting untuk analisis dinamika sosial dan budaya Indonesia. *Infotainment* telah menjadi generasi kedua sinetron Indonesia. Program *Infotainment* terkait dengan sinetron dalam hal karakter, produksi, audiens, dan dampaknya. *Infotainment* dipasarkan sebagai perpaduan informasi dan hiburan.

Pemahaman umum mengenai *infotainment* adalah semacam “*light news*”, merujuk pada jenis umum program media penyiaran berita, perpaduan antara berita saat ini dan program hiburan, atau program hiburan tersruktur dalam program berita. Konten *Infotainment* di Indonesia adalah gosip, telah menjadi konsep utama yang disebut dengan ‘*feminine spheres*’. Format *infotainment* menyampaikan elemen dasar dari “low culture” dan pihak produser *infotainment* mempromosikan dan melindungi dari jauh dan lebih luas serta penonton didorong untuk mencari berita selebriti yang ada sementara.

⁶⁶ Prajarto.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

Infotainment merupakan jelmaan panggung *catwalk* bagi para artis yang sedang berjalan dalam dunia keartisannya untuk menjaga stabilitas dan popularitas mereka. Efektifitas metode televisi dalam mengaduk-aduk emosi penonton melalui *infotainment* terlihat ketika *infotainment* menyuguhkan pro dan kontra yang sebenarnya bisa saja berubah dalam hitungan detik. Inilah yang disebut *clift hanger*, yang berfungsi untuk mengikat rasa penasaran dan emosi penonton agar selalu setia menanti perkembangan berita selanjutnya. *Infotainment* merupakan hasil komodifikasi atau perubahan wujud rasanan, ngerumpi, atau gosip keseharian masyarakat ke dalam media televisi.

Infotainment ibarat pupuk penyubur budaya ngegosip dalam perbincangan masyarakat yang difasilitasi oleh televisi.⁶⁷

Berbagai hal yang berkaitan dengan selebritis menjadi komoditas layak jual dari hanya untuk hiburan penonton hingga menjadi obrolan ringan untuk menambah seru situasi ngerumpi. Beberapa hal yang menjadi sajian *infotainment* adalah kontribusi karya di dunia *entertainment*, hobi atau kegiatan selebritis sehari-hari, simbol-simbol kesejahteraan finansial yang dimiliki (mobil mewah, tas mewah, jalan- jalan ke luar negeri, dan sebagainya), bahkan perseteruan dengan pihak tertentu hingga problematika persoalan rumah tangga yang seharusnya tertutup rapat untuk di *blow up* di media.⁶⁸

Permasalahan dalam rumah tangga bukan merupakan hal yang tidak mungkin terjadi, sehingga seringkali menjadi dapur pribadi yang ditutup rapat dari orang lain, Namun apa jadinya bila persoalan rumah tangga justru dikemas menjadi layak konsumsi oleh publik? Hal inilah kini sedang mewarnai berbagai acara *infotainment* di televisi. Ketidakramahan persoalan rumah tangga menjadi hal yang diulang- ulang dibahas tidak hanya dalam satu acara *infotainment* namun menjadi trending topik di hampir semua *infotainment* yang tayang di televisi. Bahkan pengulangan yang terjadi tidak hanya di televisi namun juga ke majalah atau tabloid yang mengupas tuntas kehidupan selebritis. Hal ini ibarat mengasah pisau permasalahan rumah tangga hingga semakin runcing dan siap menyakiti dari

⁶⁷ Mutia Rahmi Pratiwi, "Pemberitaan Masalah Rumah Tangga Selebriti Sebagai Media Spectacle (Guy Debord)," 104

⁶⁸ Ibid., h.104

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

berbagai sisi. Kalimat “konon, menurut orang terdekat, sumber terpercaya, pengakuan salah satu keluarga atau kerabat dekat” menjadi kalimat yang seringkali muncul untuk meyakinkan penonton akan tayangan yang disajikan infotainment adalah fakta yang sedang terjadi.

Data menunjukkan bahwa sejak acara kemunculannya pertama kali hingga saat ini, *infotainment* terus mengalami kemajuan dalam hal kuantitas penayangannya dalam setiap minggunya. Menurut Agus Maladi Irianto, mengutip catatan Komisi Penyiaran Indonesia (KPI) Pusat sebagai berikut: Pada tahun 2002, frekuensi tayangan *infotainment* 24 episode setiap minggu, atau 3 episode per hari yang ditayangkan 10 stasiun televisi swasta di Tanah Air. Pada tahun 2003 meningkat menjadi empat kali lipat, menjadi 101 episode per minggu atau 14 episode per hari. Pada tahun 2004 meningkat menjadi 151 episode per minggu atau 22 episode per hari. Pada tahun 2005 meningkat menjadi 180 episode per minggu atau 26 episode per hari. Selama penelitian bulan Januari sampai dengan Agustus 2007, jumlah penayangan *infotainment* menjadi 210 episode per minggu atau sebesar 15 jam per hari. Dari hasil penelitian tersebut terlihat bahwa televisi telah merasuki kehidupan kita sehari-hari, dari pagi sampai malam.⁶⁹

Perubahan lanskap industri *infotainment* telah berubah secara signifikan baik dilihat dari aspek bentuk pengemasan maupun cara informasi ini diperoleh. Pada mulanya, upaya untuk memperoleh informasi hiburan cenderung lekat dengan aktivitas paparazi yang terkesan haus informasi dari para figur publik dan secara aktif mengikuti kegiatan keseharian figur publik tertentu demi memperoleh informasi. Sebaliknya, kini melalui akun media sosial yang bersifat personal, para figur publik dengan senang hati membagikan curahan hati, foto, dan hal-hal personal mereka secara suka rela di akun media sosialnya. Pada akhirnya, aktivitas paparazi yang mulanya cenderung berpusat pada keaktifan mereka memperoleh informasi nampak mulai bergeser menjadi pengumpul informasi. Lebih lanjut, fenomena inipula yang kemudian menstimulasi lahirnya sejumlah akun di media sosial yang mengkhususkan topik informasinya di bidang *infotainment*.⁷⁰

⁶⁹ <http://edratna.wordpress.com/2008/01/07/infotainment-acarayang-diminati-pemirsatelevisi/>, diakses pada 23 Januari 2014

⁷⁰ *ibid*

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

Lahirnya akun-akun infotainment di media sosial tidak lepas dari peran para “*celebrity watcher*” yang mendokumentasikan informasi personal selebritas dan kemudian menyebarkannya melalui akun-akun infotainment di media sosial. Pada tataran ini, para *celebrity watcher* yang mayoritas bukan merupakan pekerja industri infotainment menjalankan peran yang multifungsional. Hal ini selaras dengan pendapat J.V Pavlik yang membagi tiga fungsi *celebrity watcher*, yaitu sebagai sumber informasi, jurnalis, dan audiens yang mengakses informasi. Para *celebrity watcher*, sebagai sumber informasi, kerap secara aktif memberikan *feeding* informasi kepada sejumlah akun *infotainment* di media sosial. Fungsi jurnalis yang dijalankan oleh para *celebrity watcher* adalah dengan melakukan investigasi atas informasi yang disampaikan. Adapun dalam posisinya sebagai audiens, *celebrity watcher* merupakan konsumen informasi yang disampaikan oleh akun.

Praktik pengumpulan informasi dari para *celebrity watcher* untuk kemudian diolah dan dipublikasikan kembali sesungguhnya mencerminkan aktualisasi konsep *citizen* paparazi. Meskipun demikian, hal ini hadir bukan tanpa tantangan. Serupa dengan konsep *citizen journalism*, konsep *citizen* paparazi dianggap masih menyisakan persoalan tentang kurangnya profesionalitas para jurnalis sebagai penyampai informasi. Anggapan akan kurangnya profesionalitas, misalnya, dicerminkan dalam proses pengumpulan informasi yang cenderung berlawanan dengan tata cara jurnalis mencari informasi berita pada umumnya.

2.7.4 Teori Gatekeeper

Asumsi dasar dari konsep *gatekeeping* (baca McQuail and Windahl, 1993:166) adalah informasi selalu mengalir sepanjang saluran tertentu melalui *gate areas*, dimana keputusan dibuat dengan aturan tidak memihak atau secara personal dilakukan oleh seorang *gatekeeper* (penjaga gerbang), yang bertugas mengizinkan informasi masuk atau tidak untuk diteruskan dalam saluran tertentu.⁷¹

Istilah *gatekeeper* pertama kali dikenalkan oleh Kurt Lewin dalam bukunya *Human Realtions* (1947), seorang ahli psikologi dari Australia. Kata

⁷¹ Dr. Ido Prijana Hadi, M.Si, *GATEKEEPER DAN PARTISIPASI PUBLIK*

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.

tersebut merupakan istilah yang berasal dari lapangan sosiologi. Di dalam komunikasi massa dengan salah satu elemennya adalah informasi, mereka yang bertugas untuk mempengaruhi informasi disebut *gatekeeper*. John R. Bittner (1996) mengistilahkan *gatekeeper* sebagai individu atau kelompok orang yang memantau arus informasi dalam sebuah saluran komunikasi (massa).⁷²

Gatekeeper secara tidak langsung telah menentukan nilai - nilai berita atau news value dalam proses pemilihan berita. Galtung dan Ruge (McQuail, 2010:310), menjabarkan 3 (tiga) nilai berita yang mempengaruhi pemilihan berita.⁷³

1. Organisasi (*Organizational*)

Faktor organisasi merujuk pada situasi dimana suatu berita harus terorganisir dan terdapat bias terhadap peristiwa dan berita yang sesuai dengan waktu dan susunan pemilihan dan proses transmisi ulang. Hal ini mendukung peristiwa yang terjadi di dekat fasilitas peliputan dengan ketersediaan narasumber yang terpercaya.

2. Keterikatan Aliran (*Genre-related*)

Faktor keterkaitan aliran meliputi peristiwa yang sesuai dengan ekspektasi audiens dan dapat dengan segera digantikan dengan istilah yang mudah diinterpretasikan.

3. Sosial Budaya (*Socio-cultural*)

Faktor sosial budaya mempengaruhi dasar proses pemilihan berita asing yang terfokus pada individu dan melibatkan ketertarikan dalam kaum elit dan peristiwa negatif, kekerasan dan dramatis.⁷⁴ Sementara itu, Shoemaker (dalam Stacks & Salwen, 2009) membahas konteks *gatekeeping* dengan menyebutnya sebagai *levels of media gatekeeping*, dimana setidaknya mencakup level individual (reporter menyeleksi informasi), level praktik rutin komunikasi (mencakup etika dan kebijakan media/ redaksi), level organisasi atau level kelembagaan seperti sponsor, kontributor, pengiklan dan lainnya. Kekuatan eksternal ini memiliki

⁷² Nurudin. *Pengantar Komunikasi Massa* (Jakarta: Raja Grafindo Persada, 2014) hal. 119

⁷³ Harry fajarmaulana, "teori gatekeeping," *Ilmu komunikasi* (November 2016)

⁷⁴ *ibid*



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

State Islamic University of Sultan Syarif Kasim Riau

pengaruh besar dalam menentukan bagaimana informasi harus diatur. Terakhir, level masyarakat atau ideologi dimana budaya, nilai sosial, kelompok politik, kelompok penekan dan etnik selalu mempengaruhi kriteria pemilihan berita.⁷⁵

Menurut Nuruddin salah satu ciri komunikasi massa itu adalah tidak terelakkannya akan adanya kontrol atau pengendalian yang dilakukan oleh *gatekeeper*.⁷⁶

Dalam penerbitan dan perusahaan pers, yang berwenang mengizinkan atau menolak suatu berita untuk dipublikasikan sepenuhnya ada di tangan redaksi. Sedangkan redaktur adalah orang yang bertanggung jawab terhadap isi halaman media. Di setiap media biasanya jumlah redaktur banyak, umumnya berdasarkan bidang berita seperti, redaktur ekonomi, redaktur politik dan redaktur kriminal.⁷⁷

Gatekeeping adalah istilah yang digunakan untuk tindakan/kegiatan memutuskan materi berita apa saja yang akan disiarkan dan materi apa saja yang tidak layak disiarkan. Orang yang melakukan tindakan ini disebut *gatekeeper/redaktur*.⁷⁸

Teori *gatekeeping* telah menjadi batu ujian untuk penelitian yang berfokus pada elemen individual dari model: saluran, pesan, kekuatan (internal dan eksternal), media, penerima dan umpan balik. Penjaga gerbang merupakan individu atau bagian kelompok di media yang berusaha menerima dan menelusuri informasi agar tidak terjadi distorsi realitas sebelum menyebarkan informasi dengan melakukan respon dan umpan balik.⁷⁹

Gatekeeper terdiri dua jenis, yaitu media dan pemilik media itu sendiri. Dari sisi media sebagai *gatekeeper*, jelas bahwa media memiliki fungsi dan kedudukan yang tinggi bagi masyarakat. Setiap pemberitaan yang dihasilkan oleh media, memiliki pengaruh yang begitu besar bagi masyarakat. Kemampuan media

⁷⁵ Dr. Ido Prijana Hadi, M.Si, *Gatekeeper dan Partisipasi Publik*

⁷⁶ Nuruddin. *Pengantar Komunikasi Massa* (Jakarta: RajaGrafindo Persada, 2006), h. 12

⁷⁷ Zaenuddin HM. *The Journalist Bacaan Wajib Wartawan, Redaktur, Editor & Mahasiswa Jurnalistik* (Bandung: Simbiosis Rekatama Media, 2011) hal. 71-72

⁷⁸ Leli Achlina dan Purnama Suwardi. *Kamus Istilah Pertelevision* (Jakarta: Penerbit Buku Kompas, 2011) hal. 79

⁷⁹ Yan Berlian. *Analisis Faktor Layak Berita pada Portal Berita antara Bengkulu*



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.

sebagai kontrol sosial begitu jelas. Hal itu dikarenakan media memiliki fungsi sebagai *gatekeeper*. *Gatekeeper* inilah yang berperan penuh untuk menentukan tayangan atau peristiwa apa yang akan ditampilkan di media.⁸⁰

Namun dalam prakteknya, fungsi peran *gatekeeper* seringkali dimainkan oleh peran lain. Peran *gatekeeper* tidak dijalankan oleh satu peran khusus melainkan fungsinya dimainkan oleh peran lain. Disebutkan oleh Nurudin (2007) bahwa *gatekeeper* sebagai penyeleksi berita atau informasi ini seringkali dimainkan oleh reporter, editor film/surat kabar/buku, manajer pemberitaan, penjaga rubrik, kameramen, sutradara, dan lembaga sensor film.⁸¹

Interaksi yang terjadi antara redaktur dengan wartawan seringkali diawali oleh redaktur. Interaksi ini akhirnya membuat komunikasi ke bawah lebih banyak terjadi. Wartawan lebih banyak menerima masukan dan melaksanakan tugasnya dalam rubrik komunikasi. Hal tersebut menggambarkan bagaimana interaksi antara mereka didominasi oleh redaktur. Meskipun demikian, redaktur dan wartawan berinteraksi mengenai pemberitaan. Peterson (Hout & Jacobs, 2008) mengatakan bahwa berita tersebut dikomunikasikan antara redaktur dan wartawan sehingga produksi berita menjadi proses diskursif dan wartawan menjadi agen interpretatif.⁸²

1. Wartawan sebagai *gatekeeper*

Pelaksana di lapangan dalam mengumpulkan informasi yang dibutuhkan oleh masyarakat ini adalah barisan wartawan atau reporter. Merekalah yang menentukan berbobot tidaknya media massa tempat mereka bekerja. Tingkat kredibilitas suatu media ada kaitannya dengan kualitas para awak wartawan di lapangan. Wartawan sebagai salah satu ujung tombak sebuah penerbitan. Wartawan sangat menentukan bagaimana peristiwa sebagai realitas ditampilkan di media massa, yang akhirnya akan membentuk opini masyarakat tentang realitas tersebut walaupun belum tentu persis benar. Artinya, wartawan tanpa disadari juga

⁸⁰ Nurhanifah "Analisis Gatekeeping di Media Massa" hal 29

⁸¹ Istiqomah "Peran Gatekeeper dalam Jurnalisme Radio Merdeka FM dn Suara Surabaya" Jurnal Komunikasi Vol. 4 No. 1

⁸² Christian Jimmy Julianto "Interaksi Redaktur dengan Wartawan Rubrik Komunikasi Bisnis dalam Newsroom Malang Post" Jurnal Skripsi, hal. 4

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.

berperan sebagai penyunting layak tidaknya sebuah berita diterbitkan. Wartawan juga menulis berita yang sesuai dengan Kode Etik Jurnalistik Indonesia sehingga ia paham layak tidaknya berita tersebut terbit.⁸³

2. Redaktur sebagai *gatekeeper*

Redaktur atau *gatekeeper* adalah orang atau sekelompok orang di suatu lembaga yang bertugas untuk menyunting, menyeleksi, mengolah dan menerbitkan sebuah berita yang didapat dari reporter atau wartawan sebelum disebarluaskan ke khalayak. Redaktur juga bertugas untuk memastikan kelayakan sebuah berita tersebut untuk dikonsumsi publik. Ia juga bertanggungjawab atas berita – berita yang telah ia terbitkan.⁸⁴

Redaktur (*editor*) sebuah penerbitan pers biasanya lebih dari satu. Tugas utamanya adalah melakukan editing atau penyuntingan, yakni aktivitas penyeleksian dan perbaikan naskah yang akan dimuat atau disiarkan. Di internal redaksi, mereka disebut Redaktur Desk (*Desk Editor*), Redaktur Bidang, atau Redaktur Halaman karena bertanggung jawab penuh atas isi rubrik tertentu dan editingnya. Seorang redaktur biasanya menangani satu rubrik, misalnya rubrik ekonomi, luar negeri, olahraga, dan sebagainya.⁸⁵

3. Pemimpin Redaksi sebagai *gatekeeper*

Pemimpin Redaksi (*Editor in Chief*) bertanggung jawab terhadap mekanisme dan aktivitas kerja keredaksian sehari-hari. Ia harus mengawasi isi seluruh rubrik media massa yang dipimpinnya. Di surat kabar mana pun, Pemimpin Redaksi menetapkan kebijakan dan mengawasi seluruh kegiatan redaksional. Ia bertindak sebagai jenderal atau komandan yang perintah atau kebijakannya harus dipatuhi bawahannya. Kewenangan itu dimiliki karena ia harus bertanggung jawab jika pemberitaan medianya digugat pihak lain. Pemimpin Redaksi juga bertanggung jawab atas penulisan dan isi tajuk rencana (*Editorial*) yang

⁸³ Darajat Wibawa “Meraih Profesionalisme Wartawan” Vol. XXVIII, No. 1 (Juni, 2012)

⁸⁴ Tuty Mutiah “Peran Produser Sebagai Gatekeeper Dalam Program News Screen di IDX Channel” Jurnal Komunikasi Volume 9 No. 1, 2018.

⁸⁵ Nurhanifah “Analisis Gatekeeping pada Media Massa” hal. 31

merupakan opini redaksi (*desk opinion*). Jika Pemred berhalangan menulisnya, lazim pula tajuk dibuat oleh Redaktur Pelaksana, salah seorang anggota Dewan Redaksi, salah seorang Redaktur, bahkan seorang Reporter atau siapa pun dengan seizin dan sepengetahuan Pemimpin Redaksi.⁸⁶

2.7.5 Faktor Layak Berita

Tidak setiap kejadian bisa dijadikan berita jurnalistik. Ada ukuran – ukuran tertentu yang harus dipenuhi agar suatu kejadian dan peristiwa dalam masyarakat dapat diberitakan pers. Ini disebut kriteria layak berita (*news value, news worthy*) yaitu layak tidaknya suatu kejadian dalam masyarakat diberitakan oleh pers atau bernilainya kejadian tersebut bagi pers. Layak berita atau nilai kejadian merupakan persyaratan awal sebelum menulis berita jurnalistik. Hal yang menjadikan suatu kejadian peristiwa sebagai layak berita adalah adanya unsur penting dan menarik dalam kejadian tersebut.⁸⁷

Dengan demikian, setiap surat kabar atau majalah selalu membatasi peristiwa apa saja yang perlu diberitakan. secara umum, kejadian yang dianggap mempunyai nilai berita atau layak berita adalah yang mengandung beberapa unsur berikut ini :

1. *Significance* (penting), yaitu kejadian yang berkemungkinan mempengaruhi kehidupan orang banyak, atau kejadian yang mempunyai akibat terhadap kehidupan pembaca.
2. *Magnitude* (besar), yaitu kejadian yang menyangkut angka – angka yang berarti bagi kehidupan orang banyak, atau kejadian yang berakibat yang bisa dijumlahkan dalam angka yang menarik untuk pembaca.
3. *Timeliness* (waktu), yaitu kejadian yang menyangkut hal – hal yang baru terjadi atau baru dikemukakan.
4. *Proximity* (kedekatan), yaitu kejadian yang dekat bagi pembaca. Kedekatan ini bisa bersifat geografis maupun emosional.

⁸⁶ Nurhanifah “Analisis Gatekeeping pada Media Massa” hal. 31

⁸⁷ Zaenuddin HM. *The Journalist Bacaan Wajib Wartawan, Redaktur, Editor & Mahasiswa Jurnalistik* (Bandung: Simbiosis Rekatama Media, 2011)

5. *Prominence* (tenar), yaitu menyangkut hal – hal yang terkenal atau sangat dikenal oleh pembaca, seperti orang, benda, atau tempat.
6. *Human Interest* (manusiawi), yaitu kejadian yang memberi sentuhan perasaan bagi pembaca, misalnya kejadian yang menyangkut orang biasa dalam situasi luar biasa, atau orang besar dalam situasi biasa.⁸⁸

2.8 Kajian Terdahulu

Penelitian terdahulu ini menjadi salah satu acuan penulis dalam melakukan penelitian sehingga penulis dapat memperkaya teori yang digunakan dalam mengkaji penelitian yang dilakukan. Dari penelitian terdahulu, penulis tidak menemukan penelitian dengan judul yang sama seperti judul penelitian penulis. Namun penulis mengangkat beberapa penelitian sebagai referensi dalam memperkaya bahan kajian pada penelitian penulis. Berikut merupakan penelitian terdahulu berupa beberapa jurnal terkait dengan penelitian yang dilakukan penulis.

Pertama, jurnal Ilmu Komunikasi dengan judul “Pemberitaan Masalah Rumah Tangga Selebriti Sebagai Media *Spectacle* (Guy Debord)” yang ditulis oleh Mutia Rahmi Pratiwi. Penelitian ini menggunakan metode kualitatif dengan masalah Permasalahan-permasalahan yang muncul dalam rumah tangga para selebriti tanah air memiliki daya tarik tersendiri untuk terus dikemas dengan dramatisasi hingga tayang layaknya sinetron yang ditunggu akhir ceritanya. Permasalahan rumah tangga yang mengandung privasi seseorang di dalamnya menjadi media *spectacle* yang terus ditonton oleh penikmat *infotainment*. Salah satu tolok ukur kesuksesan media *infotainment* dalam mengemas persoalan rumah tangga selebritis adalah rating yang diperoleh.⁸⁹

Hasil dari penelitian ini, Salah satu tolok ukur kesuksesan media *infotainment* dalam mengemas persoalan rumah tangga selebritis adalah rating yang diperoleh acara “Buka-Bukaan” di RCTI saat menampilkan Ayu ting ting

⁸⁸Ashadi Siregar. *Bagaimana Meliput dan Menulis Berita untuk Media* (Yogyakarta: Kanisius, 1998) hal. 27-28

⁸⁹ Mutia Rahmi Pratiwi, “Pemberitaan Masalah Rumah Tangga Selebriti Sebagai Media *Spectacle* (Guy Debord),”

secara perdana setelah melahirkan putrinya dan polling terkait persoalan rumah tanggaselebritis.

Kedua, jurnal Ilmu Komunikasi dengan judul “*Netizen Dan Infotainment: Studi Etnografi Virtual pada Akun Instagram @Lambe_Turah*” yang ditulis oleh Nunung Prajarto. Penelitian ini menggunakan metode kualitatif dengan masalah akun lambe turah dijadikan sebagai penyebar informasi dan beritainfotainment yang digunakan oleh *zetizen journalism*.⁹⁰

Hasil dari penelitian ini, akun Lambe Turah tidak jarang mengunggah informasi yang sesungguhnya bersumber dari *netizen* dalam keseharian mereka. Banyak di antara *netizen* yang menyaksikan kejadian tertentu yang dialami oleh figur publik dan kemudian melaporkan kejadian itu kepada admin akun Lambe Turah, agar kemudian diolah dan diunggah menjadi sebuah konten *infotainment*. Pada tataran ini, akun Lambe Turah sesungguhnya tidak serta merta menjadi produsen pesan secara tunggal. Lambe Turah cenderung lebih banyak berperan sebagai *gate keeper* informasi yang menerima informasi dari *netizen* untuk kemudian dikemas sesuai dengan tone and manner yang biasa digunakan dalam setiap unggahan akun Lambe Turah. Meskipun demikian, sesungguhnya peran *netizen* di akun Lambe Turah tidak terbatas pada fungsi penyedia informasi (informan) saja.

Ketiga, jurnal Ilmu Komunikasi Kareba dengan judul “*Youtube Sebagai Sarana Komunikasi Bagi Komunitas Makassarvidgram*” yang ditulis oleh Fatty Faiqah, Muh. Nadjib, Andi Subhan Amir. Penelitian ini menggunakan metode Waktu dan Tempat Penelitian Waktu MakassarVidGram (disesuaikan). Teknik Penentuan Informan Informan dalam penelitian ini dipilih dengan menggunakan *Non-Probability Sampling*. dan dengan menggunakan analisis data, observasi. Dengan masalah Kelebihan dan kekurangan youtube sebagai sarana komunikasi. Terlepas dari segala konten yang tersedia diyoutube, sekiranya tak selalu menjadi sempurna sesuatu hal. Walaupun saat ini *youtube* masih menjadi primadona saat memilih video laman *sharing*, namun hal itu juga tak terlepas dari berbagai

⁹⁰ Nunung Prajarto, “Netizen dan Infotainment: Studi Etnografi Virtual pada Akun Instagram@ lambe_turah,” 2018.

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.



macam kekurangan yang terdapat pada social media laman video *sharing* tersebut. Karena kebutuhan dari masing-masing individu dalam pencariannya berbeda-beda pada *youtube*, maka sesuai komunitas makassarvidgram.⁹¹

Hasil dari penelitian, berdasarkan hasil penelitian yang dilakukan oleh penulis tentang *Youtube* sebagai sarana komunikasi bagi Komunitas Makassarvidgram, maka ada beberapa hal yang perlu disimpulkan antara lain. sebagai berikut:

Pertama, Youtube sangat bermanfaat bagi anggota komunitas Makassarvidgram. Pemanfaatan yang dilakukanpun disesuaikan dengan masing-masing kebutuhan dari para informan. ada yang menggunakannya untuk keperluan video mereka, baik dari segi pencarian *tools editing*, referensi ide, tutorial, maupun untuk kepentingan hiburan. *Kedua*, Kelebihan dan kekurangan dari masing-masing informan pun berbeda.

Ketiga, jurnal Komunikasi Kareba dengan judul “Kebijakan Redaksional Harian Berita Kota Makassar Dalam Penyiaran Berita Kriminal Di Kota Makassar” yang ditulis oleh Irwan, Andi Alimuddin Unde, Hasrullah. Penelitian ini menggunakan analisis deskriptif kualitatif. Dengan masalah menganalisis agenda media Surat Kabar Harian Berita Kota Makassar dalam penyiaran berita kriminal, mengidentifikasi agenda publik dan kebijakan redaksional Harian Berita Kota Makassar dalam penyiaran berita kriminal dan mengukur derajat kesesuaian antara agenda media dengan agenda publik dan Kebijakan Redaksional Harian Berita Kota Makassar dalam penyiaran berita kriminal di Kota Makassar.⁹²

Hasil dari penelitian, bahwa agenda media tentang kebijakan redaksional dalam menyiarkan berita kriminal di Surat Kabar Harian Berita Kota Makassar telah berjalan dengan baik. Hanya saja peneliti menemukan bahwa secara substantif agenda media hanya berjalan pada tataran konsep tapi dalam praktiknya di lapangan tidak terlaksana sesuai dengan perencanaan di meja redaksi. Penyebabnya adalah karena adanya interfensi dari sejumlah pihak seperti

⁹¹ Fatty Faiqah, Muhammad Nadjib, dan Andi Subhan Amir, “Youtube Sebagai Sarana Komunikasi Bagi Komunitas Makassarvidgram,” *KAREBA: Jurnal Ilmu Komunikasi* 5, no. 2 (2017): 259–272.

⁹² Andi Alimuddin Unde Irwan, “Kebijakan Redaksional Harian Berita Kota Makassar dalam Penyiaran Berita Kriminal di Kota Makassar,” 2016

komisaris, direksi, redaktur dan objek pemberitaan. Kondisi ini membuat para reporter dilematis dalam mengambil keputusan terutama saat menerima penugasan dari koordinator liputan dan koordinator daerah.

Kelima, e- journal dengan judul “ Pengaruh Konten *Vlog* dalam *Youtube* terhadap Pembentukan Sikap Mahasiswa Ilmu Komunikasi Fakultas Ilmu Sosial dan Politik Universitas Sam Ratulangi” yang ditulis oleh Eribka Ruthellia, David Mariam Sondakh, Stefi Harilama. Dengan menggunakan metode korelasional, mengangkat masalah apakah pengaruh konten *Vlog* dalam *Youtube* terhadap pembentukan sikap Mahasiswa Ilmu Komunikasi Fakultas Ilmu Sosial dan Politik Universitas Sam Ratulangi.⁹³

Hasil dari penelitian tersebut, dicari koefisien determinasi yang menunjukkan besar pengaruh konten *Vlog* terhadap pembentukan sikap mahasiswa Ilmu Komunikasi Fakultas Ilmu Sosial dan Politik Universitas Sam Ratulangi adalah sebesar 37,21%. Nilai korelasi yang didapat adalah kuat dan positif. Positif maksudnya terjadi hubungan searah antara konten *Vlog* dan sikap mahasiswa. Bila konten *Vlog* sering ditonton maka akan terjadi pembentukan sikap pada mahasiswa Ilmu Komunikasi. Pembentukan sikap yang terjadi adalah sikap yang positif dengan maksud karena para mahasiswa senang dan gemar menonton *Vlog*, ingin mencoba hal-hal yang ada dalam *Vlog*, bahkan memiliki keinginan untuk menjadi *Vlogger*

2.9 Konsep Operasional

Agar dapat diukur dan diteliti, konsep haruslah diturunkan agar dapat diamati secara empiris. Proses ini disebut konsep operasional, yakni seperangkat prosedur yang menggambarkan usaha atau aktivitas peneliti untuk secara empiris menjawab apa yang digambarkan dalam konsep.⁹⁴

Dalam teori *gatekeeping* oleh Kurt Lewin, *gatekeeper* dipengaruhi oleh latar belakang diri mereka sendiri, namun tetap disaring lagi oleh aturan perusahaan. Pada level rutinitas media, *gatekeeper* dipengaruhi oleh hal - hal yang

⁹³ ibid

⁹⁴ Eriyanto, *Analisis Isi Pengantar Metodologi untuk Penelitian Ilmu Komunikasi dan Ilmu-Ilmu Sosial Lainnya*, (Jakarta: Kencana Prenada Media Grup, 2011) hal. 177



menjadi rutinitas dan selalu dilakukan oleh media, seperti nilai berita, dan tetap ada unsur subjektivitas di dalamnya. Pada level organisasi, gatekeeper dipengaruhi oleh aturan perusahaan serta pengaruh dari keinginan pemilik media.⁹⁵ Sedangkan teori hirarki pengaruh isi media oleh Pamela J. Shoemaker dan Stephen D. Reese adalah basis dari pengaruh media. Isi media merupakan ranah kajian komunikasi yang amat penting untuk dimasuki. Dengan mempelajari isi media, kita bisa mengerti fenomena tersembunyi mengenai orang-orang dan organisasi yang memproduksi isi media. Kajian tentang isi media juga membantu kita memprediksi dampaknya terhadap khalayak⁹⁶

Akan tetapi dalam penelitian ini, peneliti hanya akan memfokuskan pada unsur kelayakan sebuah berita yang bisa digunakan *Tribunpekanbaru.com* sebagai acuan dalam mempublikasikan berita. Setiap surat kabar atau majalah selalu membatasi peristiwa apa saja yang perlu diberitakan. Secara umum, kejadian yang dianggap mempunyai nilai berita atau layak berita adalah yang mengandung unsur berita yang juga sebagai konsep operasionalnya :

1. *Significance* (penting), *Tribunpekanbaru.com* menulis kejadian/berita yang berkemungkinan mempengaruhi kehidupan orang banyak, atau kejadian yang mempunyai akibat terhadap kehidupan pembaca seperti berita mengenai wabah penyakit dan kenaikan harga BBM.
2. *Magnitude* (besar), *gatekeeper* *Tribunpekanbaru.com* mengangkat kejadian yang menyangkut angka – angka yang berarti bagi kehidupan orang banyak, atau kejadian yang berakibat yang bisa dijumlahkan dalam angka yang menarik untuk pembaca.
3. *Timeliness* (waktu), *gatekeeper* *Tribunpekanbaru.com* memperhatikan tenggat waktu kejadian yang akan diberitakan karena waktu sangat mempengaruhi aktualitas sebuah berita, untuk itu diperlukan kecepatan dalam menulis dan merilis berita.

⁹⁵ Mutiah Tuty, *Peran Produser Sebagai Gatekeeper Dalam Program News Screen di IDX Channel*.

⁹⁶ Nanang Krisdinanto, 'Anomali dan Teori Hirarki Pengaruh terhadap Isi Media', *Komunikatif*, vol. 3, no. 1 (2014), pp. 1–18.

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.

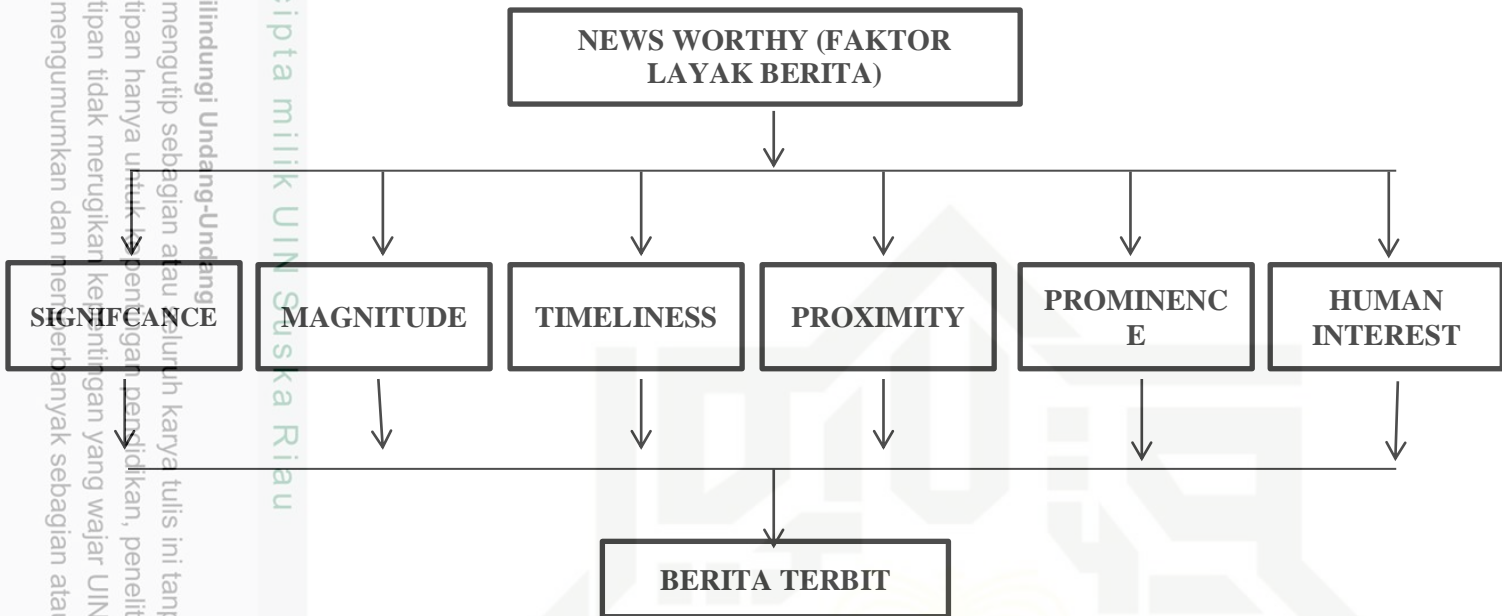
4. *Proximity* (kedekatan), yaitu kejadian yang dekat bagi pembaca. *Gatekeeper* Tribunpekanbaru.com menyiarkan berita yang mempunyai unsur kedekatan bagi pembaca baik secara geografis maupun emosional. Kedekatan geografis menunjuk pada kejadian peristiwa yang dekat dengan tempat tinggal pembaca.
5. *Prominence* (tenar), Tribunpekanbaru.com menerbitkan berita yang menyangkut hal – hal terkenal atau sangat dikenal oleh pembaca, seperti orang, benda, atau tempat. Suatu peristiwa yang menyangkut orang terkenal atau sesuatu yang dikenal masyarakat merupakan berita penting untuk diketahui oleh pembaca.
6. *Human Interest* (manusiawi), yaitu kejadian yang memberi sentuhan perasaan bagi pembaca, misalnya kejadian yang menyangkut orang biasa dalam situasi luar biasa, atau orang besar dalam situasi biasa.⁹⁷ Tribunpekanbaru.com menulis cerita mengenai sosok yang menginspirasi orang banyak

2.10 Kerangka Pikir

Untuk menunjukan suatu arah dari penyusunan agar dapat memperoleh gambaran yang jelas, maka dalam penelitian ini penulis membuat sebuah kerangka pemikiran yang ditunjukkan dalam sebuah bagan kerangka pikiran sebagai berikut :

⁹⁷Ashadi Siregar. *Bagaimana Meliput dan Menulis Berita untuk Media* (Yogyakarta: Kanisius, 1998) hal. 27-28

Gambar 2.1
Kerangka pikir



© Hak cipta milik UIN Suska Riau

State 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:
 - 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.

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.

BAB III METODE PENELITIAN

3.1 Jenis dan Pendekatan Penelitian

Dalam penelitian ini, penulis menggunakan pendekatan kualitatif. Penelitian kualitatif dilakukan dalam situasi yang wajar (*Natural Setting*) dan data yang dikumpulkan umumnya bersifat kualitatif. Peneliti tidak menggunakan angka dalam mengumpulkan data dan dalam memberikan penafsiran terhadap hasil penelitian.

Penelitian ini menggunakan metode kualitatif yang menggunakan cara berpikir induktif, cara berpikir yang berangkat dari hal-hal yang khusus (fakta empiris) menuju ke hal-hal yang umum (tatanan konsep). Riset kualitatif ditujukan untuk menjelaskan fenomena dengan sedalam-dalamnya melalui pengumpulan data sedalam-dalamnya.⁹⁸

Menurut Bougdan dan Taylor, penelitian kualitatif adalah prosedur sebuah penelitian yang menghasilkan data deskriptif, berupa kata-kata tertulis atau lisan dari orang dan perilaku yang diamati. Alasan penulis menggunakan pendekatan kualitatif untuk mengetahui bagaimana kebijakan redaksional situs berita detikcom pada jejaring sosial twitter dari data primer yang dikumpulkan, yakni wawancara penulis dengan narasumber dan observasi yang dilakukan saat penelitian objek tersebut.

3.2 Lokasi dan Waktu Penelitian

Penelitian ini dilaksanakan di salah satu media online di Pekanbaru yaitu Tribun Pekanbaru.com. Dipilihnya lokasi yang akan diteliti ini dikarenakan hanya di Tribun Pekanbaru.com yang banyak mengangkat kasus yang ingin diteliti oleh peneliti. Waktu penelitian 6 bulan yang akan dimulai pada bulan April 2020.

⁹⁸ Rachmat Kriyanto, *Teknik Praktis Riset Komunikasi* (Jakarta: Kencana Prenada Media Group, 2010),h, 58.



Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

3.3 Sumber Data/Informan Penelitian

Objek penelitian ini yaitu informan yang berada dalam keredaksian, pimpinan atau anggota dalam keredaksian serta komunikatif dalam berinteraksi. Peneliti akan mengambil informan yang tergabung dalam redaksi media *Tribun Pekanbaru.com*.

3.3.1 Data Primer

Data primer digunakan sebagai acuan utama untuk pembahasan penelitian ini dengan melakukan yang bersumber dari sumber pertama dan tangan pertaman di lapangan.

3.3.2 Data Sekunder

Data sekunder penulis diperoleh dari sejumlah referensi yang ada atau menggunakan studi pustaka, yaitu dengan mempelajari bahan-bahan tertulis berupa arsip dan buku yang berhubungan dengan penelitian ini.

3.4 Teknik Pengumpulan Data

Dalam penelitian ini, teknik pengumpulan data yang digunakan penulis adalah sebagai berikut:

1. Wawancara

Wawancara adalah suatu cara pengumpulan data yang digunakan untuk memperoleh informasi langsung dari sumbernya. Wawancara yang digunakan dalam peneliitian ini bersifat mendalam, yaitu wawancara terperinci yang dilakukan dengan menggunakan petunjuk umum berupa daftar pertanyaan yang telah disusun sebelumnya untuk ditanyakan kepada narasumber. Dengan narasumber Bapak Hasanah Samhudiselaku pimpinan redaksi, Rinal Sagita selaku Manajer Online, Febri Hendra selaku Manajer Pemberitaan dan Alhafis Yasir selaku editorsenior

2. Observasi

Observasi adalah kegiatan mengamati secara lagsung suatu objek untuk melihat dengan dekat kegiatan yang dilakukan objek tersebut. Teknik obsevasi yang penulis lakukan adalah observasi langsung, yakni mendatangi lokasi kantor redaksi media *Tribun Pekanbaru* yang berada di jalan. Imam Munandar, Harapan Raya No. 383, Tangkerang Labuai, Kec.Bukit Raya, Kota Pekanbaru, Riau28282.

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

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

3.5 Validitas Data

Setelah data diperoleh dari observasi dan wawancara, maka langkah selanjutnya adalah pengolahan data. Pengolahan data hasil observasi dilakukan dengan mengumpulkan dan mencatat hasil dari apa yang diamati dilapangan; sedangkan pengolahan data dari hasil wawancara dilakukan dengan cara, penulis mendengarkan ulang rekaman wawancara kemudian menuliskannya kembali. Sesudah itu, data-data yang sudah diolah akan dianalisis oleh penulis.

3.6 Teknik Analisis Data

Dalam penelitian ini yang digunakan oleh peneliti adalah analisa deskriptif. Penelitian dilakukan dengan menganalisis data primer yang dikumpulkan dari hasil observasi dan wawancara penulis dengan narasumber. Kemudian akan ditarik kesimpulan dari data-data tersebut.

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.



BAB IV GAMBARAN UMUM PERUSAHAAN

4.1 Sejarah Perkembangan tribunpekanbaru.com

Harian Tribun Pekanbaru adalah salah satu surat kabar yang ada di Provinsi Riau. Koran ini berusia lebih kurang tigabelas tahun berdiri pada tanggal 18 april 2007 dengan motto “Spirit Baru Riau” sebagai media yang independen dan kredibel. Koran ini berdiri setelah Tribun Batam sukses mendapat tempat di hati pembaca, tidak lama setelah Tribun Batam sukses, Kompas Gramedia Grup melalui pers daerahnya terus melebarkan sayapnya, dua tahun setelah itu berdirilah Tribun Pekanbaru di bumi lancang kuning ini.

Pers Daerah (Persda) merupakan anak dari Kompas Gramedia Grup yang bergerak di bidang industri percetakan. Koran Kompas sebagai Koran Nasional tidak dapat langsung bersaing dengan koran-koran daerah, alasan tersebut membuat persda melahirkan koran-koran daerah.

Sampai saat ini surat kabar daerah yang sudah dilahirkan persda mencapai 16 buah surat kabar, setengah dari jumlah Propinsi di Indonesia. Persda akan terus melahirkan koran-koran daerah hingga mewakili setiap Propinsi yang ada di Indonesia

Koran-koran tersebut antara lain: Tribun Pontianak, Tribun Batam, Tribun Jabar, Tribun kaltim, Tribun Timur, Pos Kupang, Serambi Indonesia, Prohaba, Sriwijaya Pos, Bangka Pos, Pos Belitung, Banjarmasin Pos, Metro banjar, dan Tribun Pekanbaru yang beralamat di Jalan Imam Munandar 383 Bukit Raya Pekanbaru 28281, berusia ditambah Tribun Lampung yang Launching pada bulan Juni tahun lalu dan si bungsu Tribun Jambi yang muda.

Tribun Pekanbaru selalu menampilkan perkembangan berita terbaru ke publik, tidak ada pengkhususan terhadap pemerintah maupun pelaku bisnis, semuanya sama tidak ada tunduk takut selagi menyangkut kepentingan publik Tribun selalu menyorot hal tersebut tanpa menutup-nutupi.

Pada tahun 2008 Tribun Pekanbaru mengembangkan sayapnya di dunia pemberitaan, mulai merambah ke media online tepat setahun berdirinya tribun pekanbaru, media ini meluncurkan tribunpekanbaru.com yang dibawah oleh



tribunnews.com dengan domain akses pekanbaru.tribunnews.com. Hal ini bertujuan agar masyarakat dapat dengan mudahnya mendapatkan informasi dan dapat memilih sendiri informasi apa yang mereka inginkan.

4.2 Sistem Kerja Harian tribunpekanbaru.com

Situs berita tribunes.com merupakan induk bagi 23 situs harian local yang berada dibawah jaringan tribun, salah satunya tribunpekanbaru.com. karena berbasis online jadi tampilan berita yang disajikan terbilang singkat, dengan update berita lebih cepat dan secara real-time, khususnya berita nasional, olahraga, *lifestyle* dan berbagai macam berita lainnya. Selain didukung reporter yang bertugas di pekanbaru, tribunpekanbaru.com juga di dukung oleh jaringan tribunnews.com yang memiliki 18 jaringan di daerah atau tribun network, yang didukung hampir 500 wartawan di 18 kota penting di Indonesia⁹⁹

4.3 Struktur Organisasi

Perusahaan pers seperti Tribun Pekanbaru memiliki manajemen yang baik dalam melaksanakan dan mengatur seluruh sumber dana tenaga perusahaan, termasuk unsur manusia dengan segala macam aktivitas dan bagian pekerjaan yang berkaitan dengan manajemen perusahaan.

Pembagian kerja dalam suatu organisasi adalah keharusan mutlak, tanpaanya akan kemungkinan akan terjadi tumpang tindih terhadap pekerjaan. Dengan pembagian kerja, ditetapkan sekaligus susunan organisasi (struktur organisasi) tugas dan fungsi masing-masing departemen sampai unit-unit terkecil.

Pengertian lain organisasi adalah suatu alat yang dapat mengorganisir dan menghubungkan antara setiap bagian dari berbagai individu, baik secara vertikal mau pun horizontal dalam jabatan atau wewenang untuk menunjang agar tercapainya tujuan yang telah ditentukan. Sedangkan struktur organisasi adalah alat yang dipakai manajer untuk mencapai tujuan perusahaan dimana nantinya hubungan setiap individu dapat berjalan dengan baik dalam melaksanakan tugas dan tanggung jawab dengan biaya yang dikeluarkan dapat ditekan seminimal mungkin.

⁹⁹ <http://career.tribunnetwork/> (diakses pada Sabtu, 20 Juni 2020 Pukul 13.18 WIB)



Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

Perusahaan pers terdiri atas tiga bidang, yaitu redaksional, percetakan dan bidang perusahaan. Ketiga bidang tersebut saling terkait dan harus sejalan, begitu juga dengan Harian Tribun Pekanbaru. Pada masing-masing bidang memiliki peran dan tanggung jawab serta tujuan yang sama. Secara sederhana organisasi perusahaan Tribun Pekanbaru terbagi atas sebagai berikut:

1. Pemimpin Umum

Pemimpin umum adalah orang yang bertanggung jawab atas semua penerbitan pers. Ia mengendalikan perusahaan di bidang redaksional, maupun bidang usaha. Pemimpin umum bertanggungjawab terhadap maju mundurnya sebuah perusahaan yang dipimpinnya. Selain itu pemimpin umum juga berhak mengangkat dan memberhentikan seseorang sesuai dengan kebutuhan.

2. Pemimpin Perusahaan

Pemimpin perusahaan adalah orang yang mendapat kepercayaan dari pemimpin umum untuk membantu dan mengelola bidang usaha untuk mendapatkan keuntungan dalam menjalankan perusahaan pers.

3. Pemimpin Redaksi

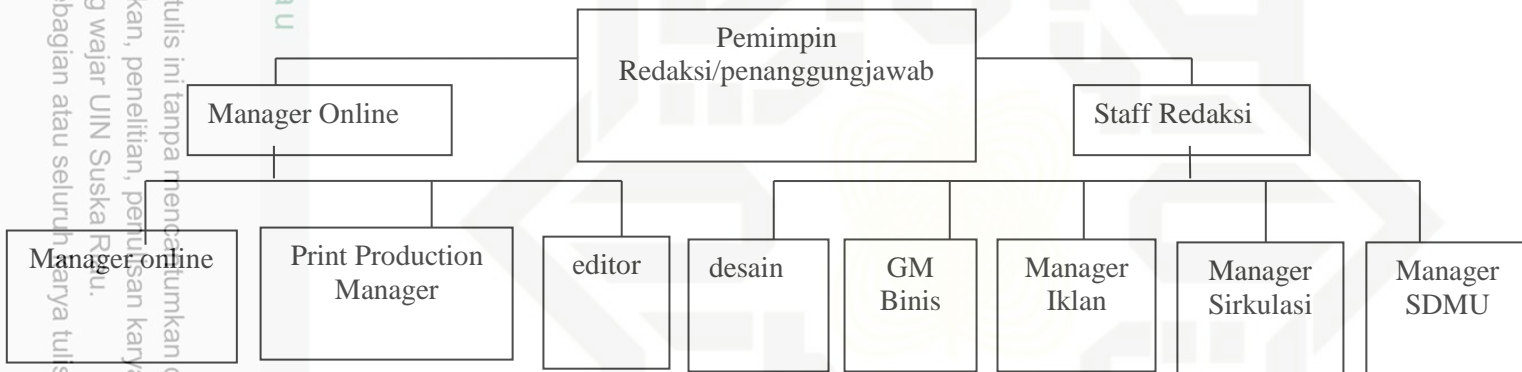
Pemimpin redaksi adalah orang yang mendapat tanggung jawab bidang keredaksian terhadap semua isi pemberitaan pers. Pemimpin redaksi adalah orang yang pertama bertanggung jawab terhadap segala sesuatu sesuai tuntutan hukum yang berhubungan dengan isi pemberitaan. Dalam menjalankan bidang keredaksian pemimpin redaksi dibantu oleh beberapa posisi di bawahnya antara lain:

- a. Redaktur pelaksana adalah jabatan yang dibentuk untuk membantu pemimpin redaksi dalam menjalankan tugas keredaksian.
- b. Redaktur adalah orang yang bertanggung jawab terhadap halaman koran dan mengedit berita yang telah dibuat oleh reporter agar enak dibaca.
- c. Koordinator liputan adalah orang yang mengkoordinir reporter dalam produksi berita

- d. Wartawan adalah orang yang bertugas mencari dan mengumpulkan data, mengolah informasi menjadi berita.
- e. Wartawan foto adalah orang yang bertugas mengambil gambar suatu peristiwa yang terjadi di lapangan sebagai pelengkap berita.

Masing-masing bagian tersebut saling berkaitan dan saling membutuhkan. Organisasi perusahaan akan berjalan dengan baik apabila saling koordinasi dan mempunyai struktur organisasi yang jelas agar perusahaan dapat mengatur tugas dan wewenang serta tanggung jawab sebagai karyawan.

Gambar 4.1
Bagan struktur Redaksi Online Tribun Pekanbaru



4.4 Profil Tribunpekanbaru.Com

Tribun Pekanbaru adalah sebuah surat kabar regional di bawah PT Riau Media Grafika, anak perusahaan dari kelompok Kompas Gramedia. Koran ini mempunyai wilayah edar di seluruh kabupaten dan kota di Provinsi Riau. Tribun Pekanbaru terbit pertama kali pada tanggal 18 April 2007. Hingga 2015, Tribun Pekanbaru sudah mempunyai tiga produk, yakni Harian Tribun Pekanbaru (*print*), www.tribunpekanbaru.com, (*online* dan *mobile*) serta Tribun Video (*online* dan *mobile*).

Tribun Pekanbaru beralamat di Jalan Imam Munandar No.383 Bukit Raya Pekanbaru (0761) 36345, memiliki Visi mencerdaskan masyarakat dan memiliki Motto: Spirit baru Ria. Email dari Tribun Pekanbaru itu sendiri adalah tribun-pekanbaru@yahoo.co.id.

Sumber : <http://pekanabru.tribunnews.com/redaksi>

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, pertuisan 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.

BAB VI PENUTUP

6.1 Kesimpulan

Berdasarkan analisis data dari penelitian di atas, dapat ditarik kesimpulan bahwa:

Nilai layak berita merupakan syarat mutlak yang harus dipenuhi tulisan berita agar dapat disiarkan. Syarat ini berupa unsur yang merangkup *significance* (penting), *magnitude* (besar), *proximity* (kedekatan), *timeliness* (waktu), *prominence* (tenar) dan *human interest* (kemanusiaan). Dan dapat disimpulkan bahwa apabila suatu berita tidak mengandung salah satu unsur maka berita tersebut tidak layak disiarkan karena tidak memiliki nilai berita atau *news value*.

Tribunpekanbaru.com tidak mematokkan berapa unsur yang harus ada dalam satu berita, yang jelas setiap berita yang dimuat telah memenuhi sekurang – kurangnya satu dari keenam unsur. Tribunpekanbaru.com berusaha menjadi yang terdepan dalam meliput dan menyiarkan berita.

6.2 Saran

Untuk memberikan perbaikan dimasa yang akan datang, dengan ini diharapkan dapat memberikan manfaat bagi kita semua terutama Tribunpekanbaru.com:

1. Tribunepekanbaru.com sudah menerapkan nilai berita dalam setiap berita yang disiarkan, namun penulis menyarankan agar kecepatan berita atau *immediacy* atau *timeliness* lebih diperhatikan, karena masih jauh tertinggal di antara media – media lainnya dalam kecepatan penyiaran.
2. Agar proses penerbitan berita tidak memakan waktu lama, hendaknya para wartawan sudah menulis berita sesuai dengan Kode Etik Jurnalistik dan berpedoman pada UU PERS sehingga editor/redaktur tidak memerlukan waktu lama dalam proses penyuntingan.



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.

DAFTAR PUSTAKA

- Alo Liliweri. *komunikasi: serba ada serba makna*. Jakarta: Kencana, 2011.
- Asril Sitompul, *Hukum Internet (Pengenalan Mengenai Masalah Hukum di Cyberspace)*. Bandung: Citra Aditya Bakti, 2001.
- Atmakusumah. *Tuntutan Zaman Kebebasan Pers dan Ekspresi*. Jakarta: Spasi & VHR Book, 2009.
- Adrianus, Arief. *Terampil Mengolah Data Kualitatif*. Jakarta: Kencana. 2010.
- Elyinaro Ardianto dan Lukiat Komala Erdinaya. *Komunikasi Massa Suatu Pengantar*. Bandung: Simbiosis Rekatama Media, 2004.
- Elviro Ardianto. *Komunikasi Massa Pengantar*. Bandung: Simbiosis Rekatama Media, 2007.
- Hari Wiryan. *Dasar-Dasar Hukum Media, Pustaka Pelajar*. Yogyakarta: pustaka pelajar, 2007.
- Haris AS Sumadira. *Jurnalistik Indonesia, Menulis Berita dan Feature, Panduan Praktis Jurnalis Profesional*. Bandung: Simbiosis Rekatama Media, 2006.
- Helena Olli. *Berita dan Informasi, Jurnalistik Radio*. Jakarta: Indeks, 2007.
- Kustadi Suhandang. *Pengantar Jurnalistik: Seputar Organisasi, Produk, dan Kode Etik*. Bandung: Nuansa, 2010.
- Maria Natalia Damayanti Maer, Richard West, Lynn H. Turner. *Pengantar Teori Komunikasi: Analisis dan Aplikasi*. III. Jakarta: Salemba Humanika, 2009.
- Morissan Dkk. *Teori Komunikasi Massa*. Bogor: Rosda Karya, 2006.
- Nurudin. *Pengantar Komunikasi Massa*. Jakarta: PT. Raja Grafindo Persada, 2007.
- Rachmat Kriyanto. *Teknik Praktis Riset Komunikasi*. Jakarta: Kencana Prenada Media Group, 2010.
- Santi Indra Astuti. *Jurnalisme Radio, Teori dan Praktik*. Bandung: Simbiosis Rekatama Media, 2008.
- Werner J & Tankard, Jr, James W Severin. *Teori Komunikasi, Sejarah, Metode Dan Terapan Didalam Media Massa*. Jakarta: Predana Media, 2005.



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.

William L. Rivers, Jay W. Jensen, dan Theodore Peterson. *Media Massa dan Masyarakat Modern*. Il. Jakarta: Kencana, 2003.

Wirnani. *komunikasi massa suatu pengantar*. Malang: UMM Press, 2003.

JURNAL

David, Eribka Ruthellia, Mariam Sondakh, dan Stefi Harilama. "Pengaruh Konten Vlog dalam Youtube terhadap Pembentukan Sikap Mahasiswa Ilmu Komunikasi Fakultas Ilmu Sosial dan Politik Universitas Sam Ratulangi." *ACTA DIURNA KOMUNIKASI* 6, no. 1 (2017).

Prajarto, Nunung. "Netizen dan Infotainment: Studi Etnografi Virtual pada Akun Instagram@ lambe_turah," 2018.

Media Sucahya, Drs. "Teknologi Komuikasi dan Media." *Jurnal Komunikasi*, nomor 1, volume 2 (April 2013): 12.

Faiqah, Fatty, Muhammad Nadjib, dan Andi Subhan Amir. "Youtube Sebagai Sarana Komunikasi Bagi Komunitas Makassarvidgram." *KAREBA: Jurnal Ilmu Komunikasi* 5, no. 2 (2017): 259–272.

Irwan, Andi Alimuddin Unde. "Kebijakan Redaksional Harian Berita Kota Makassar dalam Penyiaran Berita Kriminal di Kota Makassar," 2016.

Christian Jimmy Julianto "Interaksi Redaktur dengan Wartawan Rubrik Komunikasi Bisnis dalam Newsroom Malang Post" *Jurnal Skripsi*, hal. 4, 2016.

Harmin Hatta "Tingkat Pengetahuan dan Pemahaman Wartawan Terhadap Kode Etik Jurnalistik (Wartawan Kota Makassar)" *Jurnalisa* Vol. 4 No. 2, 2018.N

Harry Fajar Maulana. Teori Gatekeeping. *Ilmu komunikasi* (November 2016)

Istiqomah "Peran Gatekeeper dalam Jurnalisme Radio Merdeka FM dn Suara Surabaya" *Jurnal Komunikasi* Vol. 4 No. 1

Moch Umar Syarifuddin, Arif Darmawan, Tri Yulianti "Analisis Faktor Layak Berita Pada Surat Kabar JAWAPOS" 2017

Nanang Krisdianto, "Anamoli dan teori hiarki pengaruh terhadap isi media," *Jurnal ilmiah komunikasi*, Volume. 3 (01 Juli 2014).



Nora Meilinda Hardi “Tingkat Kecepatan Berbahasa Jurnalistik pada Jurnalisme Online di Situs DetikBandung.com” *Jurnal Ilmiah Komunikasi* Vol. 4 No. 2, 2015.

Nurhanifah. Analisis Gatekeeping pada Media Massa. *Fakultas Dakwah dan Komunikasi*. UIN Sumatera Utara. 2016

Septyana Yandri “Implementasi Bahasa Jurnalistik pada Pemberitaan Hukum dan Kriminal Portal Berita www.GoRiau.com” *Jurnal Online Mahasiswa FISIP* Vol. 5 No 1, 2018.

Tuty Mutiah “Peran Produser Sebagai Gatekeeper Dalam Program News Screen di IDX Channel” *Jurnal Komunikasi* Volume 9 No. 1, 2018.

Yan Berlian. Analisis Faktor Layak Berita pada Portal Berita Antara Bengkulu. *Skripsi Sarjana. Fakultas Ilmu Sosial dan Politik*. Universitas Bengkulu. 2014.

WEBSITE

Tribun Pekanbaru. “Ditanya Hotman Paris Soal Harta Gono-Gininya dengan Raffi

Ahmad, Tak Disangka Nagita Slavina Ini!” Diakses 17 Desember 2019.

<https://pekanbaru.tribunnews.com/2019/12/12/ditanya-hotman-paris-soal-harta-gono-gininya-dengan-raffi-ahmad-tak-disangka-nagita-slavina-ini>.

<http://mayaaksara.com/sumber-berita-fakta-dan-berita/>

<https://www.maxmanroe.com/vid/umum/pengertian-berita.html>

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.

LAMPIRAN DAFTAR WAWANCARA

Daftar Pertanyaan untuk Rinal Sagita (Digital Manager)

Daftar Pertanyaan untuk Syaiful Misgio (Wartawan)

Secara umum, kejadian yang dianggap mempunyai nilai berita atau layak berita adalah yang mengandung beberapa unsur berikut ini :

1. *Significance* (penting), yaitu kejadian yang berkemungkinan mempengaruhi kehidupan orang banyak, atau kejadian yang mempunyai akibat terhadap kehidupan pembaca.
2. *Magnitude* (besar), yaitu kejadian yang menyangkut angka – angka yang berarti bagi kehidupan orang banyak, atau kejadian yang berakibat yang bisa dijumlahkan dalam angka yang menarik untuk pembaca.
3. *Timeliness* (waktu), yaitu kejadian yang menyangkut hal – hal yang baru terjadi atau baru dikemukakan.
4. *Proximity* (kedekatan), yaitu kejadian yang dekat bagi pembaca. Kedekatan ini bisa bersifat geografis maupun emosional.
5. *Prominence* (tenar), yaitu menyangkut hal – hal yang terkenal atau sangat dikenal oleh pembaca, seperti orang, benda, atau tempat.
6. *Human Interest* (manusiawi), yaitu kejadian yang memberi sentuhan perasaan bagi pembaca, misalnya kejadian yang menyangkut orang biasa dalam situasi luar biasa, atau orang besar dalam situasi biasa.¹⁰⁷

Pertanyaan Redaktur

1. Penting

- Menurut saudara/i sebagai redaktur media tribunpekanbaru.com, seberapa penting berita infotainment di terbitkan di media tribunpekanbaru.com ini?

2. Besar

- Jika media tribunpekanbaru.com tidak menerbitkan berita infotainment, apakah ada dampak besar yang bisa terjadi ? jika ada mohon jelaskan ? misalnya seperti adanya kerugian atau hal lainnya.
- Seberapa besar pengaruh berita infotainment yang diterbitkan oleh media terhadap jumlah pembaca? Atau viewers?

3. Waktu

- Media online memang harus berpacu dengan waktu dalam penerbitannya dan harus uptodate. Namun jika suatu berita infotainment yang di terbitkan

¹⁰⁷ Ashadi Siregar. *Bagaimana Meliput dan Menulis Berita untuk Media* (Yogyakarta: Kanisius, 1998) hal. 27-28



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

State Islamic University of Sultan Syarif Kasim Riau

bersumber dari youtube, apakah berita tersebut bisa dikatakan valid? Atau benar adanya?

○ Adakah pihak tribun pekanbaru melakukan konfirmasi ulang kepada narasumber?

○ Berbicara tentang waktu, pastinya media online sudah jelas penerbitannya berpacu dengan waktu agar terlihat selalu uptodate, Jadi bagaimana menurut saudara/i mengenai penayangan vidio youtube seorang public figur yang dijadikan berita oleh media tribunpekanbaru.com berapa waktu yang diperlukan bagi media untuk menerbitkan berita mengenai public figur tersebut ?

4. Kedekatan

○ Seperti yang kita ketahui bahwa infotainment adalah berita yang mengangkat kehidupan sosok public figur yang mayoritas berada diluar Riau tepatnya di Jakarta,

○ Hal ini tidak dapat dikatakan memenuhi kriteria berita dengan unsur “kedekatan”bagaimana pihak tribun pekanbaru berpendapat soal ini?

5. Tenar

○ Jika dilihat dari unsur ini, pihak tribun pekanbaru telah menerapkannya dipemberitaan infotainment ini. Karna yang kita ketahui public figur merupakan orang yang pastinya memiliki ketenaran dan dikenal oleh public. Hanya saja yang saya tanyakan disini , bagaimana sebuah berita infotainment yang bersumber dari youtube ini diuat? Dan adakah proses dilakukannya konfirmasi ulang kepada narasumber ?

6. Human Interest (manusiawi)

Editor

1. Peran editor sangat penting dalam menyuting berita yang masuk dari wartawan yang berada dilapangan, bagaimana menurut saudara/i akan berita yang dibuat oleh wartawan yang jika sumbernya hanya dari youtube ? apakah bisa dikatakan valid atau tidak ?

2. Sebagai editor sadara/i pasti tau bahwa sebuah berita harus adanya izin dari narasumber dalam penerbitannya. Jadi bagaimana jika sebuah berita tidak adanya peroses konfirmasi ulang tersebut? Apakah editor tetap melakukan proses editing terhadap berita tersebut? Dan apa alasannya?

Wartawan

1. Wartawan pasti lebih tau bahwa sebuah berita yang ditulisnya harus memenuhi unsur layak berita. Jadi bagaimana pendapat saudara/i sebagai seorang jurnalis menanggapi tentang suatu berita yang dibuat hanya bersumber dari youtube seorang public figur ?



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. Apakah saudara/i pernah menulis pemberitaan yang sumbernya hanya dari youtube ?
3. Jika pernah, Bagaimana proses penulisannya dibuat?
4. Setelah tulisan dibuat, apakah saudara/i melakukan konfirmasi ulang terhadap narasumber atau public figur yang bersangkutan ?
5. Menurut saudara/i apakah dalam pemberitaan seorang public figur itu sangat mempengaruhi pembaca dimedia tribun pekanbaru ?
6. Berbicara tentang waktu, pastinya media online sudah jelas penerbitannya berpacu dengan waktu agar terlihat selalu uptodate, Jadi bagaimana menurut saudara/i mengenai penayangan vidio youtube seorang public figur yang dijadikan berita oleh media tribunpekanbaru.com berapa waktu yang diperlukan bagi penulis untuk menulis berita mengenai public figur tersebut ?
7. Konten youtube public figur yang seperti apa yang menurut saudara harus memenuhi kriteria pemberitaan dimedia online tribunpekanbaru.com ini ?

Hasil wawancara Syaiful Misgio (wartawan)

1. Berita yang dibuat hanya bersumber dari you tube seorang publik figur jelas diragukan keakuratannya. Sebab sebuah berita harusnya ditulis dari sumber yang jelas dan dikonfirmasi secara langsung.
Jika berita dibuat hanya dengan mendengarkan dan menonton acara atau siaran yang ada di you tube, maka berita seperti ini sudah lari dari kaedah jurnalistik.
Sebab berita tidak dibuat dari hasil wawancara terhadap narasumber secara langsung. Apalagi jika berita yang dibuat berasal dari siaran you tube yang tidak ada manfaatnya untuk masyarakat. Celakanya lagi, siaran you tube yang dijadikan sebagai sumber untuk membuat berita tersebut adalah siaran yang mengandung pesan tidak senonoh, menyinggung Sara. Ini jelas berbahaya, jangan sampai jurnalis menjadi penyebar berita bohong dan menimbulkan perpecahan di tengah masyarakat.
Singkatnya, siaran you tube seorang publik figur kurang tepat dijadikan sumber berita. Jika terpaksa harus dijadikan sumber berita, harus lah dikonfirmasi ke publik figur yang bersangkutan untuk meminta izin jika acara atau siarannya yang ditampilkan di you tube akan dikutip menjadi sebuah berita.
2. Pernah
3. Sama dengan menulis berita biasa, karena kanal youtube yang saya buat beritanya adalah kanal you tube milik Pemprov Riau (Diskominfotik Provinsi Riau) yang menampilkan konten konferensi pers informasi dan



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.

update Covid-19 di Riau yang disampaikan oleh Jubir Satgas Covid-19 Riau, dr Indra Yovi.

4. Tidak harus mengkonfirmasi yang bersangkutan, karena siaran you tube nya resmi milik pemerintah dan siaran yang ditampilkan memang ditujukan untuk media. Beda kasusnya jika kontennya bukan ditujukan untuk media, dan hanya untuk konten di kanal you tube pribadi dan menampilkan aktifitas tertentu yang tidak berkaitan dengan kepentingan masyarakat banyak.
5. Tergantung siapa publik figurnya, memang belakangan ini trend pembaca cenderung lebih memilih berita-berita ringan yang dilakukan oleh para publik figur. Mulai dari kalangan artis, pejabat, ustadz serta youtuber. Cara yang paling mudah, adalah dengan melihat youtube para publik figur ini.

Sebab jika ingin mengkonfirmasi langsung, terkadang para publik figur ini sulit dijumpai. Sementara disisi lain para publik figur justru dapat dengan mudah ditemukan di kanal you tubenya. Sehingga wartawan dapat dengan mudah membuat beritanya.

Umumnya, pembaca lebih suka dan cenderung ingin tau apa aktifitas sehari-hari dibalik layar yang dilakukan oleh seorang publik figur. Itu bisa ditemukan di kanal you tubenya.

Menulis berita yang bersumber dari media sosial, termasuk youtube tidak membutuhkan waktu yang lama. Semua sangat bergantung pada durasi tayangannya yang di tampilkan dalam you tube tersebut.
6. Metode penulisan beritanya pun bervariasi, ada yang memulai dengan menggambarkan aktifitas seorang publik figur dalam you tube tersebut, mengutip pembicaraannya bahkan ada juga yang mencari komentar menarik dan unik dari netizen yang ada di kolom komentar dari postingan yang dibuat oleh publik figur tersebut.
7. Ada beberapa konten you tube yang layak dijadikan sebagai sumber berita. Diantaranya adalah konten you tube seorang pejabat atau juru bicara sebuah lembaga atau organisasi yang menyampaikan keterangan persnya melalui kanal you tube. Atau konten yang menampilkan rapat virtual sebuah komunitas, lembaga atau organisasi yang terbuka untuk umum. Bisa juga konten you tube kegiatan pejabat yang sedang melakukan kegiatannya saat menjalankan tugasnya. Dengan catatan, semua konten yang akan dibuat berita harus dipastikan tidak menyinggung Sara dan bukan berita bohong atau hoaks. Sekian . **(Syaiful Misgio)**

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.

Hasil wawancara Rinal Sagita (DIGITAL MANAGER)

[18.39, 16/12/2020] Za: - Berbicara tentang waktu, pastinya media online sudah jelas penerbitannya berpacu dengan waktu agar terlihat selalu uptodate, Jadi bagaimana menurut saudara/i mengenai penayangan vidio youtube seorang public figur yang dijadikan berita oleh media tribunpekanbaru.com berapa waktu yang diperlukan bagi media untuk menerbitkan berita mengenai public figur tersebut ?

[18.39, 16/12/2020] Za: Abng kemaren jawab sampai 4 dan ini yang ke 5 bang

[01.17, 17/12/2020] Bang Rinal Sagita “tribunpekanbaru”: Prasyarat Konten yg diambil di media Sosial, terutama konten seleb adalah :

7. Memastikan bahwa Akun medsos tersebut sebagai akun yg bersangkutan atau akun official. Caranya dengan melihat di bio atau Summary di akun tersebut. Pada umumnya, selebritis menyebutkan akun yg mereka gunakan sebagai akun resmi di bio atau Summary profile. Hal ini utk menghindari pengutipan konten berita dari fake account.

8. Konten yg akan dijadikan berita di akun resmi itu diupayakan dikonfirmasi ke yg bersangkutan melalui DM.

[01.19, 17/12/2020] Bang Rinal Sagita “tribunpekanbaru”: Ada beberapa kasus, DM tersebut direspon lama. Dan ada juga yg langsung direspon DM tersebut berisi permintaan utk mengutip konten di media sosial mereka.

9. Konten2 yg berpotensi mengundang pro kontra diwajibkan untuk konfirmasi pada kesempatan pertama. Bila belum terkonfirmasi, maka dibuat Disklaimer di dalam berita yg menjelaskan bahwa konten tersebut masih dalam tahap konfirmasi [01.20, 17/12/2020] Bang Rinal Sagita “tribunpekanbaru”

10. Konten-konten yg memiliki tone positif utk kepentingan publik pada umumnya langsung diambil tanpa dikonfirmasi ke yg bersangkutan. Namun, pengambilan konten tersebut tetap memastikan akun seleb bersangkutan merupakan akun resmi. [01.25, 17/12/2020] Bang Rinal Sagita “tribunpekanbaru”

11. Konten seleb di tribunpekanbaru.com biasanya diambil dari jejaring kelompok tribun (tribun network) , terutama jaringan tribun di Jakarta. Dg asumsi, wartawan di Jakarta memiliki konektivitas dg seleb terkait.

12. Seperti yang kita ketahui bahwa infotainment adalah berita yang mengangkat kehidupan sosok public figur yang mayoritas berada diluar Riau tepatnya di Jakarta, hal ini tidak dapat dikatakan memenuhi kriteria berita dengan unsur “kedekatan” bagaimana pihak tribun pekanbaru berpendapat soal ini? [01.28, 17/12/2020]

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.

[01.29, 17/12/2020] Bang Rinal Sagita “tribunpekanbaru”: Waktu yg diperlukan utk memproduksi konten seleb berbeda-beda berdasarkan muatan atas konten tersebut. Bila tone konten tersebut positif. Maka waktu produksinya lebih cepat. Bila kontennya Problematik, maka ditentukan oleh lama atau cepatnya konfirmasi yg diberikan seleb bersangkutan

[01.33, 17/12/2020] Bang Rinal Sagita “tribunpekanbaru”: Dari sisi *news value*, konten seleb tidak bisa diukur dari kedekatan fisik, tapi *news value* konten itu diukur dari aspek figur (ketokohan) dan aspek hiburan (*to entertain*)

[01.33, 17/12/2020] Bang Rinal Sagita “tribunpekanbaru”: Dua aspek *news value* itu yg membuat konten seleb layak jadi berita

[01.34, 17/12/2020] Bang Rinal Sagita “tribunpekanbaru”: *Next Question please ?*

[01.35, 17/12/2020] Za: 7. Tenar

Jika dilihat dari unsur ini, pihak tribun pekanbaru telah menerapkannya dipemberitaan infotainment ini. Karna yang kita ketahui public figur merupakan orang yang pastinya memiliki ketenaran dan dikenal oleh public. Hanya saja yang saya tanyakan disini , bagaimana sebuah berita infotainment yang bersumber dari youtube ini diuat? Dan adakah proses dilakukannya konfirmasi ulang kepada narasumber?

[01.36, 17/12/2020] Za: 8.Peran editor sangat penting dalam menyuting berita yang masuk dari wartawan yang berada dilapangan, bagaimana menurut saudara/i akan berita yang dibuat oleh wartawan yang jika sumbernya hanya dari youtube ? apakah bisa dikatakan valid atau tidak ?

[01.37, 17/12/2020] Bang Rinal Sagita “tribunpekanbaru”: Jawabannya ada di penjelasan di pertanyaan sebelumnya niza

[01.37, 17/12/2020] Za: Okehh bang

[01.37, 17/12/2020] Za: Next yaa bang

[01.39, 17/12/2020] Za: 9. Wartawan pasti lebih tau bahwa sebuah berita yang ditulisnya harus memenuhi unsur layak berita. Jadi bagaimana pendapat saudara/i sebagai seorang jurnalis menanggapi tentang suatu berita yang dibuat hanya bersumber dari youtube seorang public figur ?

[01.40, 17/12/2020] Za: 10. Apakah saudara/i pernah menulis pemberitaan yang sumbernya hanya dari youtube ?

[01.40, 17/12/2020] Za: Jika pernah, Bagaimana proses penulisannya dibuat?

[01.42, 17/12/2020] Za: 11.Berbicara tentang waktu, pastinya media online sudah jelas penerbitannya berpacu dengan waktu agar terlihat selalu uptodate, Jadi bagaimana menurut saudara/i mengenai penayangan vidio

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.

youtube seorang public figur yang dijadikan berita oleh media tribunpekanbaru.com berapa waktu yang diperlukan bagi penulis untuk menulis berita mengenai public figur tersebut ?

[01.43, 17/12/2020] Za: 12. Konten youtube public figur yang seperti apa yang menurut saudara harus memenuhi kriteria pemberitaan dimedia online tribunpekanbaru.com ini ?

[01.44, 17/12/2020] Bang Rinal Sagita “tribunpekanbaru”: Salah satu fungsi pers adalah melakukan cek dan ricek atas fakta. Maka wartawan berkewajiban melakukan cross check atas fakta atas seleb di akun medsos mereka. Caranya adalah dg mengkonfirmasi ke seleb bersangkutan. Konfirmasi bisa dilakukan *by phone* atau *by direct Messages*.

Dan kewajiban bagi editor utk memverifikasi hal tersebut ke wartawan yg memproduksi konten terkait. Apakah sudah dilakukan cross check atau beluk

[01.51, 17/12/2020] Bang Rinal Sagita “tribunpekanbaru”: Berita dari akun medsos personal atau akun resmi seleb berkemungkinan besar adalah konten Valid. Sebab,

Konten tersebut berwujud dalam bentuk gambar, suara dan tulisan. Namun, wartawan harus tetap skeptis dalam melihat fakta. Dan harus mengujinya lewat konfirmasi.

Dan bila tak terkonfirmasi secara langsung, maka wartawan melakukan verifikasi dg mengcross check ke sumber2 terkait lain yg berhubungan dg fakta peristiwa seleb tersebut.

[01.54, 17/12/2020] Za: Bang niza izin tidur dulu boleh bang, karna pertanyaan yg belum terjawabnya semua sudah niza kirim bang dan masih belum dapab revisian pertanyaan dari pembimbing bang. Maaf sebelumnya mengganggu waktu abang malam malam, makasih banyak bang□□□□□□

[01.55, 17/12/2020] Bang Rinal Sagita “tribunpekanbaru”: 9. Berita yg ditulis bersumber dari YouTube public figur dan tanpa dikonfirmasi, tingkat akurasi dan validitasnya tentunya berkurang. Dan konfirmasi tetap menjadi acuan utama. Semininim2nya, konfirmasi itu dilakukan utk menanyakan, apakah konten yg dipublish oleh yg bersangkutan benar atau tidak, kemudian konfirmasi utk meminta izin pengambilan konten tersebut



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.

DAFTAR RIWAYAT HIDUP

Penulis bernama lengkap Niza Nurfajriah, lahir pada tanggal 08 Maret 1998. Anak kedua dari empat bersaudara pasangan Bapak Ali Jafni dan Ibu Nurhayati. Tahun 2010 penulis menyelesaikan pendidikan sekolah dasar dari SDN 024 Pekanbaru . Pada tahun 2013 penulis lulus dari SMPN 23 Pekanbaru dan 2016 penulis lulus dari SMAN 12 Pekanbaru. Pada tahun itu pula diterima kuliah di Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim

Riau Jurusan Ilmu Komunikasi.

Tahun 2019, penulis mengikuti kegiatan Kuliah Kerja Nyata (KKN) di Pusako, Siak dan untuk mengimpletasikan pengetahuan yang diperoleh semasa dibangku kuliah, penulis mengikuti Program Pengalaman Lapangan (PKL) di mediaHaluan Riau.

Penulis melakukan penelitian di media online Tribunpekanbaru. Com dengan judul “Analisis Faktor Layak Berita Infotainment yang Bersumber dari *Youtube* pada Portal Online Tribunpekanbaru. Com” dibawah bimbingan bapak Assyari Abdullah, M.I.Kom.Berdasarkan hasil ujian Sarjana Fakultas Dakwah dan Komunikasi UIN Suska Riau pada tanggal 30 November 2022, penulis dinyatakan LULUS dengan IPK 3.35 dan berhak menyangand gelar Sarjana Ilmu Komunikasi (S.IKom).