



PEMANFAATAN YOUTUBE SEBAGAI SARANA MEDIA DISEMINASI BERITA OLEH BERTUAH POS PEKANBARU

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.

SKRIPSI

**Diajukan Kepada Fakultas Dakwah dan Ilmu Komunikasi
Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau
Untuk Memenuhi Sebagai Syarat Memperoleh
Gelar Sarjana Strata Satu (S1) Ilmu Komunikasi (S.I.Kom)**

Oleh:

**HIDAYATUN HUSNAINI
11940320555**

**PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI
FAKULTAS DAKWAH DAN ILMU KOMUNIKASI
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI SULTAN SYARIF KASIM
RIAU
2023**



Hak Cipta © UIN Suska Riau



UIN SUSKA RIAU

© UIN Suska Riau

State Islamic University of Sultan Syarif Kasim Riau

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

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

KEMENTERIAN AGAMA
 UNIVERSITAS ISLAM NEGERI SULTAN SYARIF KASIM RIAU
 FAKULTAS DAKWAH DAN KOMUNIKASI

كلية الدعوة و الاتصال

FACULTY OF DAKWAH AND COMMUNICATION

Jl. H.R. Soebrantas KM.15 No. 155 Tuah Madani Tampan - Pekanbaru 28293 PO Box. 1004 Telp. 0761-562051
 Fax. 0761-562052 Web.www.uin-suska.ac.id, E-mail: ialn-sq@Pekanbaru-indo.net.id

PENGESAHAN UJIAN MUNAQASYAH

Yang bertandatangan dibawah ini adalah Penguji Pada Ujian Munaqasyah Fakultas Dakwah dan Komunikasi UIN Sultan Syarif Kasim Riau dengan ini menyatakan bahwa mahasiswa berikut ini :

Nama : Hidayatun Husnaini
 NIM : 11940320555
 Judul : Pemanfaatan Youtube Sebagai Media Diseminasi Berita Oleh Bertuah Pos Pekanbaru

Telah dimunaqasyahkan pada Sidang Ujian Sarjana Fakultas Dakwah dan Komunikasi pada :

Hari : Kamis
 Tanggal : 14 September 2023

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

Pekanbaru, 10 November 2023
 Dekan

 Prof. Dr. Byron Rosidi, S. Pd., M.A
 NIP. 19811118 200901 1 006

Tim Penguji

Ketua/ Penguji I



Artis, S.Ag, M.I.Kom
 NIP. 19680607 200701 1 047

Penguji III



Firdaus El Hadi, M.Sos., Sc
 NIP. 19761212 200312 1 004

Sekretaris/ Penguji II



Suardi, M.I.Kom
 NIP. 19780812 201411 1 003

Penguji IV



Dr. Sadianto, M.I.Kom
 NIP. 19801230 200604 1 001



PEMANFAATAN YOUTUBE SEBAGAI MEDIA DISEMINASI BERITA OLEH BERTUAH POS PEKANBARU

Disusun Oleh :

Hidayatun Husnaini

NIM. 11940320555

Telah disetujui oleh pembimbing pada tanggal 28 Juli 2023

Pembimbing,



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

NIK. 130417023

Mengetahui :

Ketua Prodi Ilmu Komunikasi,



Dr. Muhammad Badri, M.Si.

NIP. 19810313 201101 1 004

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.

Pekanbaru, 31 Juli 2023

No. : Nota Dinas
Lampiran : 1 (satu) Eksemplar
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 : Hidayatun Husnaini
NIM : 11940320555
Judul Skripsi : Pemanfaatan Youtube Sebagai Media Diseminasi Berita oleh Bertuah Pos Pekanbaru

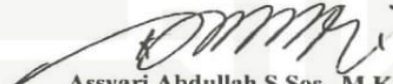
Kami berpendapat bahwa skripsi tersebut sudah dapat diajukan untuk dimunaqasyahkan guna melengkapi tugas dan memenuhi salah satu syarat untuk mencapai gelar Sarjana Ilmu Komunikasi (S.I.Kom.)

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

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

Wassalamua'alaikum Warohmatullahi Wabarokatuh.

Pembimbing,



Assyari Abdullah S.Sos., M.Kom
NIK. 130417023

Mengetahui :

Ketua Prodi Ilmu Komunikasi,



Dr. Muhammad Badri, M.Si.
NIP. 19810313 201101 1 004



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.

SURAT PERNYATAAN

Saya yang bertandatangan di bawah ini :
 Nama : Hidayatun Husnaini
 NIM : 11940320555
 Tempat/ Tgl. Lahir : Bokor, 27 Juni 2002
 Fakultas/Pascasarjana : Dakwah dan Ilmu Komunikasi
 Prodi : Ilmu Komunikasi
 Judul Disertasi/Thesis/Skripsi/Karya Ilmiah lainnya*:


"Pemanfaatan Youtube Sebagai Media Diseminasi Berita Oleh Bertuah Pos Pekanbaru"

Menyatakan dengan sebenar-benarnya bahwa :

1. Penulisan Skripsi 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 Skripsi saya ini, saya nyatakan bebas dari plagiat.
4. Apa bila dikemudian hari terbukti terdapat plagiat dalam penulisan Skripsi saya tersebut, maka saya bersedia menerima sanksi sesuai peraturan perundang-undangan.

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

Pekanbaru, 22 November 2023
 Yang membuat pernyataan



 Hidayatun Husnaini
 NIM : 11940320555

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 : Hidayatun Husnaini
Jurusan : Ilmu Komunikasi
Judul : Pemanfaatan Youtube Sebagai Media Diseminasi Berita Oleh Bertuah Pos Pekanbaru

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui bagaimana Bertuah Pos Pekanbaru memanfaatkan YouTube sebagai media diseminasi berita. Dengan menggunakan pendekatan metodologi deskriptif kualitatif, penelitian ini membahas secara mendalam strategi yang digunakan oleh Bertuah Pos dalam memanfaatkan YouTube. Hasil penelitian menunjukkan bahwa Bertuah Pos menggunakan YouTube bukan sebagai media utama penyebaran informasi, melainkan sebagai alat pendukung untuk mengarahkan penonton ke website mereka. Dalam setiap konten video yang diunggah di channel YouTube mereka, mereka selalu mencantumkan link ke website Bertuah Pos. Strategi ini bertujuan untuk mengarahkan penonton yang telah menonton video mereka untuk berkunjung ke website mereka untuk mendapatkan informasi lebih lanjut atau berita lainnya. Temuan ini menunjukkan bahwa YouTube, meski bukan menjadi platform utama penyebaran berita, dapat digunakan secara strategis oleh organisasi berita untuk meningkatkan trafik ke situs web mereka dan memperluas jangkauan berita mereka. Penelitian ini juga memberikan wawasan baru tentang bagaimana organisasi berita dapat memanfaatkan platform media sosial untuk keuntungan mereka dalam era digital saat ini.

Kata kunci : Pemanfaatan, Youtube, Diseminasi Berita, Media Sosial

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 : Hidayatun Husnaini
Major : Communication Science
Title : Utilization of YouTube as a News Dissemination Media by Bertuah Pos Pekanbaru

This research aims to find out how Bertuah Pos Pekanbaru utilizes YouTube as a news dissemination media. Using a qualitative descriptive methodology approach, this research discusses in depth the strategies used by Bertuah Pos in utilizing YouTube. The results showed that Bertuah Pos uses YouTube not as the main media for disseminating information, but as a supporting tool to direct viewers to their website. In every video content uploaded on their YouTube channel, they always include a link to the Bertuah Pos website. This strategy aims to direct viewers who have watched their videos to visit their website to get more information or other news. The findings show that YouTube, while not being a major news dissemination platform, can be used strategically by news organizations to increase traffic to their websites and expand their news outreach. The research also provides new insights into how news organizations can leverage social media platforms to their advantage in today's digital age.

Keywords : Utilization, Youtube, News Dissemination, Social Media

KATA PENGANTAR



Assalamu'alaikum Warrahmatullahi Wabarakatuh

Alhamdulillah rabbil'alamin. Segala Puji beserta rasa syukur yang besar penulis panjatkan kehadirat Allah subhanahuwata'ala yang mana atas rahmat, nikmat, dan kesempatan-Nya penulis bisa menyelesaikan tugas akhir perkuliahan ini. Shalawat dan salam tidak akan lupa juga selalu dihadiahkan kepada baginda besar umat Muslim, suri tauladan bagi sekalian umat manusia, dan yang pasti adalah kekasihnya Sang Pemilik alam semesta, Rasulullah Muhammad shallallahu alaihi wasallam. Semoga segala apa yang beliau tinggalkan kepada umat-umat setelahnya dapat terus dijadikan pedoman dalam menjalani kehidupan.

Alhamdulillah, penulis mampu menyelesaikan skripsi ini dengan judul **“Pemanfaatan Youtube Sebagai Media Platform Berita oleh Bertuah Pos Pekanbaru”** Skripsi ini disusun untuk memenuhi persyaratan guna mendapatkan gelar sarjana strata satu Ilmu Komunikasi (S.I.Kom.) di Fakultas Dakwah dan Komunikasi Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau.

Dalam penulisan skripsi ini juga tidak luput dari dukungan serta bantuan dari berbagai pihak. Teristimewa kepada kedua orang tua penulis, yakni **Ibunda Azian Erdawati** dan **Ayahanda Musliadi**, juga kepada orang yang selalu setia mencurahkan kasih sayang, do'a, dorongan dan motivasi yang tidak pernah kurang segala apapun yakni Nenek yang sangat saya sayangi **Fatmawati** dan Kakek saya **Syahdan** yang selalu saya rindukan, serta tak lupa juga kakak tercinta yang memberi support dan doa yakni **Novia Juliantika**, adik yang lucu yaitu **Kaela Musyafa Jiha** dan **Kaesya Maysella Ramadhani**. Mereka adalah orang terpenting dalam hidup saya yang senantiasa mendukung dan mendoakan juga menguatkan penulis agar tetap semangat menyelesaikan skripsi ini. Ucapan syukur dan terimakasih yang paling dalam penulis ucapkan kepada Allah SWT atas segala limpahan rahmat, nikmat, kesempatan serta kemudahan untuk dapat menyelesaikan skripsi ini hingga akhrit. Dalam kesempatan ini pula, penulis ingin menyampaikan rasa terimakasih yang sebesar-besarnya kepada:

1. Bapak Prof. Dr. Khairunnas, M.Ag selaku Rektor Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau. Wakil Rektor I Ibu Dr. Hj. Helmiati, M.Ag. Wakil

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

- Rektor II Bapak Dr. H. Mas'ud Zein, M.Pd. Wakil rector III Bapak Edi Erwan, S.Pt.,M.Sc.,Ph.D.
2. Bapak Dr. Imron Rosidi, S.Pd.,MA selaku Dekan Fakultas Dakwah dan Komunikasi Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau.
3. Bapak Dr. Masduki, M.Ag selaku Wakil Dekan I, Bapak Dr. Toni Hartono, M.Si selaku Wakil Dekan II, Bapak Dr. H. Arwan, M.Ag selaku Wakil Dekan III Fakultas Dakwah dan Komunikasi Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau.
4. Bapak Dr. Muhammad Badri, SP.,M.Si. selaku Ketua Program Studi Ilmu Komunikasi Fakultas Dakwah dan Komunikasi Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau.
5. Bapak Artis, S.Ag.,M.I,Kom. selaku Sekretaris Program Studi Ilmu Komunikasi Fakultas Dakwah dan Komunikasi Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau.
6. Bapak Yantos, S.IP., M.Si selaku Penasihat Akademik (PA) yang selalu memberi nasehat kepada penulis serta mengawasi perkuliahan penulis dari awal sampai akhir.
7. Bapak Assyari Abdullah S.Sos.,M.I.Kom selaku dosen pembimbing yang telah meluangkan waktu begitu banyak dan telah memberikan bimbingan kepada penulis sehingga skripsi ini akhirnya dapat diselesaikan. Serta selalu memotivasi dan memberikan arahan kepada penulis.
8. Kepada perusahaan PT. Citra Media Bertuah yang telah memberikan kesempatan dan izinnya kepada penulis untuk sudi dijadikan tempat penelitian untuk skripsi.
9. Terimakasih kepada dosen dan pegawai Prodi Ilmu Komunikasi Fakultas Dakwah dan Komunikasi Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau yang telah menyalurkan ilmunya kepada penulis.
10. Terimakasih kepada Para Staff Jurusan Ilmu Komunikasi dan Staff Akademik Fakultas Dakwah dan Komunikasi yang telah membantu dalam kepengerusan administrasi.
11. Terimakasih kepada Etek Rismawilis, Mak wah Wirdanila, dan Paman paman ain serta keluarga besar Syahdan Family yang sudi membantu selama saya sekolah dasar sampai sekolah tinggi.
12. Terimakasih Kepada Beb ku Misriyati, Sahabat ku Isra Safri dan Reka Yatul Akma, JulaiLin Najua dan Uni Suzira selaku teman dan sahabat yang berperan penting dalam membantu dan menemani saya segala proses skripsi baik susah dan senang

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. Kepada Alfatu Hasanah, Nur Hatifah, Alwi Rahmadani selaku teman dan sahabat yang telah sudi kiranya untuk membantu dan menemani segala kegiatan selama proses skripsi baik susah senang bersama.
14. Untuk teman-teman, keluarga besar Ilmu Komunikasi 2019, Ilkom B, Broadcasting C, KKN Simpang Ayam dan Magang Bertuah Pos yang telah berjuang bersama-sama dan mengukir kenangan bersama semasa kuliah, terimakasih banyak... Sampai jumpa di lain kesempatan!
15. Terimakasih kepada Suci Mellyana, Nori Anggiani, Armaida, Aszelina, Emelyana, Nuraini, Dwi Hendrawan, Ar. Azmil Fauzani, Jufrianto, Sawaludin, Firdaus, dan M.Aris teman seperjuangan yang selalu saya rindukan.
16. Dan semua pihak yang tidak bisa disebutkan satu persatu yang telah membantu, serta memberikan semangat dan motivasi pada penulis sehingga skripsi ini dapat terselesaikan.

Akhir kata, semoga karya ilmiah ini dapat memberikan manfaat kepada semua kalangan yang membutuhkan, baik dari kalangan akademis, maupun masyarakat luas pada umumnya.

Pekanbaru , 27 juli 2023

Hidayatun Husnaini
NIM : 11940320555

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

KATA PENGANTAR	i
DAFTAR ISI	iv
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang.....	1
1.2 Rumusan Masalah.....	5
1.3 Tujuan Penelitian.....	5
1.4 Kegunaan Penelitian	5
BAB II TINJAUAN PUSTAKA	6
2.1 Kajian Terdahulu	6
2.2 Landasan Teori	11
2.3 Kerangka Pemikiran	38
BAB III METODOLOGI PENELITIAN	41
3.1 Jenis dan Pendekatan Penelitian	41
3.2 Lokasi dan Waktu Penelitian.....	41
3.3 Sumber Data Informan Penelitian.....	41
3.4 Teknik Pengumpulan Data.....	43
3.5 Validasi Data	46
3.6 Teknik Analisis Data.....	47
BAB IV GAMBARAN UMUM	49
4.1 PT Citra Media Bertuah	49
BAB V HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN	53
5.1 Hasil Penelitian.....	53
5.2 Pembahasan.....	81
BAB VI KESIMPULAN DAN SARAN	88
6.1 Kesimpulan.....	88
6.2 Saran	89
DAFTAR PUSTAKA	90

DAFTAR TABEL

Tabel 5.1	Sorotan Instagram Bertuah Pos	58
Tabel 5.2	22 Daftar Playlist di Channel Youtube Bertuah Pos	66



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.

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1	Jumlah Perkembangan Pengguna Internet 2013-2023.....	1
Gambar 2.1	Pendiri Youtube	24
Gambar 2.2	Video Pertama Youtube	25
Gambar 4.1	Logo Bertuah Pos	51
Gambar 5.1	Wibesite Bertuah Pos	55
Gambar 5.2	Data Wibesite Bertuah Pos	56
Gambar 5.3	Facebook Bertuah Pos	57
Gambar 5.4	Kinerja Facebook Bertuah Pos 48 Hari Terakhir	58
Gambar 5.5	Instagram Bertuah Pos	58
Gambar 5.6	Twitter Bertuah Pos	59
Gambar 5.7	TikTok Bertuah Pos	60
Gambar 5.8	Video Pertama di TikTok Bertuah Pos	61
Gambar 5.9	Video Terpopuler di TikTok Bertuah Pos	61
Gambar 5.10	Youtube Bertuah Pos	66
Gambar 5.11	Gender dan Usia Penonton Channel Youtube Bertuah Pos	67
Gambar 5.12	Ringkasan Analisis Channel Youtube Bertuah Pos	68
Gambar 5.13	Youtube Search	70
Gambar 5.14	Google Trends	71
Gambar 5.15	Intro Video Konten Youtube Bertuah Pos	72
Gambar 5.16	Proses Pengeditan Video	73
Gambar 5.17	Penggunaan Tag di Setiap Konten Video	76
Gambar 5.18	Bertuah Pos Terverifikaasi di Dewan Pers	79
Gambar 5.19	Sertifikasi Wartawan Bertuah Pos	79
Gambar 5.20	Salah Satu Video Channel Youtube Bertuah Pos yang di Filter	80

DAFTAR LAMPIRAN

Lampian I	Daftar Pertanyaan	99
Lampian II	Dokumentasi Penelitian	102



- 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.

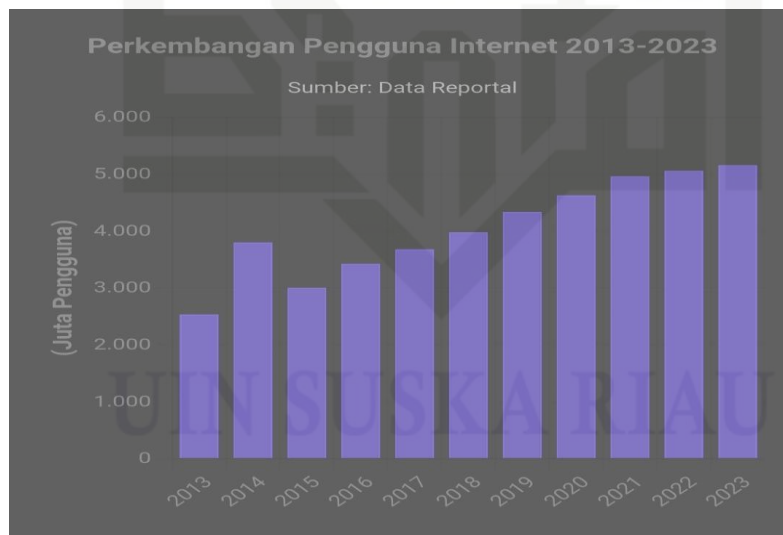
BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Perkembangan teknologi komputer dan telekomunikasi telah berhasil menciptakan infrastruktur informasi baru yang dikenal dengan istilah internet. Infrastruktur ini meliputi serangkaian jaringan elektronik yang bermanfaat dalam memfasilitasi transfer informasi dan komunikasi interaktif. Ditilik dari sejarahnya, internet sukses dikembangkan dan diuji coba pertama kali pada tahun 1969 oleh US Departement of Defense dalam proyek ARPANet (Advanced Research Projects Network). Menjamurnya penggunaan internet ditunjang oleh perkembangan World Wide Web (WWW) yang dirancang oleh laboratorium CERN (Conseil European pour la Recherche Nucleaire) di Jenewa tahun 1991 dan dikendalikan W3 Organization yang juga berpusat di CERN.¹

Gambar. 1.1 Jumlah Perkembangan Pengguna Internet 2013-2023



Di era online saat ini, Internet sudah menjadi kebutuhan yang tidak bisa dipisahkan. Menurut Reportal Data, terdapat 5,16 miliar pengguna internet di dunia saat ini, yang berarti 64,4% populasi dunia saat ini sedang online. Jumlah pengguna Internet telah meningkat sebesar 1,9% selama 12 bulan terakhir, mencapai sekitar

¹ Bertha Silvia Sutejo, "Internet Marketing: Konsep Dan Persoalan Baru Dunia Pemasaran," *Jurnal Manajemen* 6, no. 1 (2006): hlm. 43.

98 juta. Pada tahun 2013, terdapat 2,5 miliar pengguna Internet di seluruh dunia. Angka-angka ini masih belum seberapa dibandingkan dengan jumlah pengguna internet yang diperkirakan akan meningkat lebih dari dua kali lipat pada tahun 2023. Pengguna internet mengalami lonjakan tertinggi pada tahun 2016, meningkat 13,9% dibandingkan tahun sebelumnya. Jumlah pengguna internet pada Januari 2023 hanya meningkat 1,9% dibandingkan tahun 2022, mencatat tingkat pertumbuhan terendah dalam 10 tahun terakhir. Meskipun demikian, pada akhir tahun 2023, jumlah pengguna Internet diperkirakan akan mencapai dua pertiga populasi dunia. Indonesia merupakan salah satu pengguna Internet terbesar di dunia. Sebanyak 212,9 juta orang menggunakan Internet, setara dengan 77% dari total populasi.²

Menurut Statista, jumlah pengguna internet di seluruh dunia diperkirakan akan mencapai 5 miliar pada tahun 2023. Meski demikian, jumlah pengguna di setiap wilayah berbeda-beda. Asia Tenggara sendiri memiliki total 1,24 miliar pengguna internet, sedangkan negara-negara di Afrika dan Timur Tengah cenderung memiliki lebih sedikit pengguna. Indonesia merupakan negara keempat yang paling banyak menggunakan Internet di dunia dengan 212,9 juta pengguna. BPS menyebutkan jumlah penduduk Indonesia pada tahun 2022 akan berjumlah 275 juta jiwa, artinya 77% penduduk Indonesia telah menggunakan Internet.³

Wilayah Indonesia yang berbentuk kepulauan dari Sabang sampai Merauke menjadi salah satu kendala membangun infrastruktur informasi komunikasi. Alhasil, belum semua daerah di tanah air terlayani jaringan internet. Hal ini yang membuat penetrasi Indonesia masih rendah dibandingkan dengan negara lainnya di Asia.⁴

Survei Asosiasi Penyelenggara Jasa Internet Indonesia atau APJII mengungkap kalau masyarakat Indonesia paling banyak menggunakan internet untuk kebutuhan sosial media. 98,02 persen orang Indonesia menggunakan internet untuk membuka media sosial. Jadi social media adalah alasan utama orang menggunakan internet.

² GoodStats Data, "Menilik Perkembangan Pengguna Internet 2013-2023," GoodStats Data, accessed October 23, 2023, <https://data.goodstats.id/statistic/agneszefonyayonatan/menilik-perkembangan-pengguna-internet-2013-2023-uV8Ws>.

³ GoodStats Data, "Indonesia Peringkat 4, Ini Dia 7 Negara Pengguna Internet Terbesar di Dunia," GoodStats Data, accessed October 23, 2023, <https://data.goodstats.id/statistic/agneszefonyayonatan/indonesia-peringkat-4-ini-dia-7-negara-pengguna-internet-terbesar-di-dunia-FLw6V>.

⁴ "Daftar 20 Negara Dengan Penetrasi Internet Tertinggi Di Asia, Indonesia Urutan Berapa? | Databoks," accessed January 18, 2023, <https://databoks.katadata.co.id/datapublish/2022/12/07/daftar-20-negara-dengan-penetrasi-internet-tertinggi-di-asia-indonesia-urutan-berapa>.

Kemudian alasan kedua terbesar orang Indonesia menggunakan internet yakni untuk mengakses informasi atau berita. Alasan ketiga yakni untuk melakukan aktivitas seperti bekerja atau bersekolah dari rumah.⁵

Lahirnya internet mempengaruhi kehidupan manusia. Selain memudahkan manusia dalam beraktivitas, tetapi juga memudahkan masyarakat dalam mendapatkan informasi dan hiburan. YouTube.com tercatat sebagai salah satu situs hiburan yang paling banyak dikunjungi oleh pengguna internet di Indonesia. Youtube termasuk menjadi media sosial yang paling banyak digunakan di Indonesia, dengan total pengguna sebesar 139 juta di awal tahun 2023.⁶

Berdasarkan data diatas, maka dapat diketahui bahwa youtube adalah termasuk website yang sering dikunjungi oleh masyarakat di Indonesia, sehingga menarik minat para industri media untuk melakukan pengembangan media ke youtube. Oleh sebab itu, migrasi khalayak dari media konvensional ke media digital semakin tidak dapat dihindari. Diversifikasi konten informasi, yang merupakan hasil dari konvergensi media, membuat siapa saja, kapan, dan di mana saja dapat saling bertukar informasi atau konten secara bebas dan kompetitif. Media-media besar arus utama yang sebelumnya mendominasi pasar, dengan adanya konvergensi media, tidak lagi dianggap sebagai kanal informasi yang dapat mengontrol laju tren khalayak.⁷

Di Indonesia sendiri, terdapat beberapa media konvensional yang memanfaatkan peluang penggunaan media digital, diantaranya media yang terdapat di provinsi Riau seperti Kompas TV Riau, Riau Pos, Tribun Pekanbaru Official, Datariu Channel dan salah satunya yaitu Pt. Citra Media Bertuah Pos. Media digital yang digunakan ialah youtube. Karena dianggap sebagai platform layanan video terbesar didunia dan paling menguasai pasar media Indonesia. Maka banyak media konvensional saat ini yang berbondong-bondong untuk memiliki akun official youtube dalam menyebarkan informasi maupun berita melalui video berita yang diunggah ataupun melalui live streaming.⁸

⁵ “Survei: Mayoritas Masyarakat Indonesia Pakai Internet untuk Buka Media Sosial,” suara.com, June 10, 2022, <https://www.suara.com/tekno/2022/06/10/153429/survei-mayoritas-masyarakat-indonesia-pakai-internet-untuk-buka-media-sosial>.

⁶ GoodStats Data, “Menilik Pengguna Media Sosial Indonesia 2017-2026,” GoodStats Data, accessed October 24, 2023, <https://data.goodstats.id/statistic/agneszezefanyayonatan/menilik-pengguna-media-sosial-indonesia-2017-2026-xUAlp>.

⁷ Muhammad Zamroni, “Dampak Konvergensi Media Terhadap Pola Menonton Televisi Indonesia di Era Digital,” *Jurnal Kajian Media* 5, no. 1 (March 29, 2021): hlm. 53, <https://doi.org/10.25139/jkm.v5i1.3637>.

⁸ Nur Asiska, “Peluang Dan Tantangan News On Youtube Pada Media Kompas Tv Riau” 4, no. 1 (n.d.): hlm. 30.

Berdasarkan data penelitian dari jurnal ilmiah rekayasa dan manajemen sistem informasi oleh Tengku Khairil Ahsyar dkk dengan judul Analisa Usability Website Berita Online Menggunakan Metode User Centered Design menyatakan bahwa PT. Citra Media Bertuah adalah sebuah perusahaan yang bergerak dibidang media dan komunikasi di Pekanbaru, Riau. Bidang utama yang dikelola adalah media online yaitu website bertuahpos.com yang merupakan portal berita dan bisnis. Berdasarkan hasil wawancara, hampir 75% konten website tersebut memiliki informasi mengenai dunia ekonomi bisnis, sedangkan 25% lagi berupa informasi penting yang bersifat umum tentang kondisi Riau terkini maupun nasional. Tentunya hal ini menjadi penting bagi masyarakat umum dan warga Riau pada khususnya.⁹ Oleh karena itu Bertuah pos menganggap masuk ke dalam channel youtube merupakan suatu hal yang penting dalam menyebarkan informasi secara cepat dan mudah.

Terhitung dari tanggal 28 Januari 2014 Bertuah pos sudah eksis di youtube, bahkan sampai pada tanggal Oktober 2023 berdasarkan pantauan peneliti di channel youtube bertuah pos.com sudah memiliki 1,1 rb video, 896.443 x tontonan dan 4,09 rb subscriber di channel youtube Bertuah Pos.¹⁰

Eksistensi youtube saat ini semakin menyebar luas yang mampu memikat banyak pelanggan. Tidak heran jika youtube berpeluang dalam mempromosikan sebuah karya hingga produk kecantikan, kendaraan, elektronik maupun start up, Kepala Dinas Perpustakaan dan Kearsipan Kota Pekanbaru, Ir Hj Nelfiyonna MSi mengatakan bahwa cara pengemasan video yang menarik sangat diperlukan agar orang tertarik melihat dan menonton video yang dibuat. Maka dari itu, Dispusip bersama teman-teman Komunitas Blogger Bertuah Pekanbaru mengadakan kelas bimbingan teknis dengan tema Youtube sebagai media promosi.¹¹

Berdasarkan dari pemaparan peneliti pada latar belakang diatas, maka peneliti tertarik untuk mengetahui lebih dalam tentang pemanfaatan ukun youtube sebagai media penyebaran informasi media online.

⁹ Tengku Khairil Ahsyar and Asri Jakawendra, “Analisa Usability Website Berita Online Menggunakan Metode User Centered Design” 6, no. 2 (2020): hlm 165.

¹⁰ “(803) Bertuah Pos - YouTube,” accessed May 25, 2023, <https://www.youtube.com/>.

¹¹ “Belajar Eksistensi Youtube, Dispusip dan Komunitas Blogger Bertuah Pekanbaru Adakan Kelas Bimbingan teknis – Dinas Perpustakaan dan Kearsipan Kota Pekanbaru,” September 23, 2020, <https://dispusip.pekanbaru.go.id/belajar-eksistensi-youtube-dispusip-dan-komunitas-blogger-bertuah-pekanbaru-adakan-kelas-bimbingan-teknis/>.

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.

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan uraian dari latar berkalang di atas, pada era modern saat ini, masyarakat sekarang khususnya masyarakat Indonesia lebih memilih media baru untuk mencari informasi dan hiburan yang sangat cepat, ketimbang media lama. Maka rumusan masalah dalam penelitian ini yaitu sebagai berikut:

Bagaimana pemanfaatan akun youtube bertuah pos sebagai media diseminasi berita?

1.3 Tujuan Penelitian

Dilihat dari Latar Belakang perumusan permasalahan yang telah penulis paparkan dapat dimengerti bahwa tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui bagaimana pemanfaatan aplikasi youtube sebagai media diseminasi berita oleh media bertuah pos pekanbaru.

1.4 Kegunaan Penelitian

Kegunaan Penelitian Adapun kegunaan penelitian yang penulis maksud dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

a. Manfaat Teoritis

Sebagai bahan referensi atau masukan bagi perkembangan ilmu komunikasi dan menambah kajian ilmu komunikasi untuk mengetahui pemanfaatan akun youtube bertuah pos sebagai sarana menyebarluaskan informasi serta apa dampak pemanfaatan youtube sebagai media penyebaran berita bagi bertuah pos.

b. Manfaat Praktis

Sebagai persyaratan untuk mendapatkan gelar Sarjana di Fakultas Dakwah dan Komunikasi Jurusan Ilmu Komunikasi UIN Suska Riau Pekanbaru.

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 II

TINJAUAN PUSTAKA

2.1 Kajian Terdahulu

Pada bagian ini akan dijelaskan hasil-hasil penelitian terdahulu yang bisa dijadikan acuan dalam topik penelitian ini. Penelitian terdahulu telah dipilih sesuai dengan permasalahan dalam penelitian ini, sehingga diharapkan mampu menjelaskan maupun memberikan referensi bagi penulis dalam menyelesaikan penelitian ini. Berikut dijelaskan beberapa penelitian terdahulu yang telah dipilih.

- 2.1.1 Dalam Jurnal Komunikasi dan Media Vol. 4 No. 2 Februari 2020, Hal 170-190 oleh Zikri Fachrul Nurhadi, Ummu Salamah, dan Ayudithia Arfinsya Yuniar dengan judul – “Motif Penggunaan Youtube Sebagai Media Informasi Kecantikan Generasi Millennial”.¹² Penelitian Ini Menggunakan Metode Deskriptif Dengan pendekatan kualitatif. Tujuan penelitian ini adalah untuk menjelaskan bagaimana motif penggunaan youtube sebagai media informasi kecantikan generasi millennial. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa motif informan pada saat melakukan pencarian informasi mengenai hal-hal yang menyangkut kecantikan, informan memiliki motif yang berbeda-beda, tergantung pada kebutuhan make-up dan skincare yang sedang dibutuhkan oleh para informan. Hasil temuan ini sesuai dengan teori yang digunakan oleh peneliti dalam penelitian ini, yaitu teori fenomenologi. Yang dimana “motif” mengacu pada semua penggerak, alasan, atau dorongan yang ada dalam diri manusia yang menyebabkan ia melakukan sesuatu. Persamaan penelitian ini adalah penulis dan peneliti diatas sama sama menggunakan media youtube sebagai media informasi. Perbedaan penelitian ini adalah penelitian diatas menunjukkan motif penggunaan youtube sebagai media informasi kecantikan generasi millennial sedangkan penulis melihat manfaat youtube sebagai sarana menyebarluaskan informasi kepada masyarakat luas.
- 2.1.2 Dalam Jurnal Komunikasi Hasil Pemikiran dan Penelitian Vol. 5; No. 1; Tahun 2019 Hal 135-159 oleh Haryadi Mujianto dengan judul “Pemanfaatan Youtube Sebagai Media Ajar Dalam Meningkatkan Minat

¹² Zikri Fachrul Nurhadi, Ummu Salamah, and Ayudithia Arfinsya Yuniar, “Motif Penggunaan Youtube Sebagai Media Informasi Kecantikan Generasi Millennial” 4, no. 2 (2020).

Dan Motivasi Belajar”¹³. Penelitian ini bertujuan menganalisis bagaimana persepsi mahasiswa terhadap pemanfaatan youtube sebagai media ajar dalam public speaking dan menganalisis seberapa besar pemanfaatan youtube sebagai media ajar berperan dalam meningkatkan minat dan motivasi belajar mahasiswa dalam belajar public speaking. Metode penelitian yang digunakan dalam penelitian ini yaitu metode penelitian metode explanatory research dengan pendekatan deskriptif dan verifikatif. Explanatory research yaitu penelitian yang bertujuan menelaah kausalitas antar variabel yang menjelaskan suatu fenomena tertentu. Metode deskriptif bertujuan untuk melakukan pengujian gambaran yang cukup jelas mengenai objek yang diteliti dan menarik kesimpulan berdasarkan penelitian yang dilakukan. Sedangkan metode penelitian verifikatif bertujuan untuk melakukan perkiraan (estimate) dan pengujian hipotesis (testing hypotesis). Perbedaan penelitian diatas dengan penulis yaitu penelitian diatas menggunakan metode penelitian explanatory research dengan pendekatan deskriptif dan verifikatif, sedangkan penulis menggunakan metode penelitian kualitatif.

- 2.1.3 Dalam Jurnal Ilmu Komunikasi Vol 5 No 1 Mei Tahun 2022 Hal 14 – 21 oleh Tresia Monica Tinambunan dan Chontina Siahaan dengan judul “Pemanfaatan Youtube Sebagai Media Komunikasi Massa Di Kalangan Pelajar”¹⁴. Penelitian ini menggunakan metode penelitian deskriptif dengan pendekatan kualitatif dan penelitian ini menggunakan teknik pengumpulan data mencakup penelitian jenis kepustakaan. Penelitian ini bertujuan mengetahui dampak yang positif bagi kalangan pelajar supaya pembelajaran bisa dilakukan secara optimal dengan bantuan aplikasi youtube. Hasil penelitian menunjukkan bahwa para pelajar yang memanfaatkan Youtube sebagai media komunikasi massa sangat mempermudah dalam mencari informasi atau pengetahuan yang diperlukan dan pelajar lebih mudah memahami materi yang terdapat dalam video dibanding materi yang disampaikan secara langsung oleh guru atau dosen baik secara daring ataupun tatap muka karena video yang ada pada aplikasi Youtube bisa diputar ulang kapan saja untuk mempelajari kembali

¹³ Haryadi Mujianto, “Pemanfaatan Youtube Sebagai Media Ajar Dalam Meningkatkan Minat Dan Motivasi Belajar” 5, no. 1 (2019).

¹⁴ Tresia Monica Tinambunan, “Pemanfaatan Youtube Sebagai Media Komunikasi Massa Di Kalangan Pelajar,” *Jurnal Mutakallimin: Jurnal Ilmu Komunikasi* 5, no. 1 (May 30, 2022), <https://doi.org/10.31602/jm.v5i1.6756>.

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

bahan ajaran yang disampaikan. Persamaan peneliti diatas dengan penulis adalah sama sama ingin mengetahui pemanfaatan media youtube. Perbedaan penelitian diatas dengan penulis yaitu peneliti meneliti manffat youtube sebagai media komunikasi massa di kalangan pelajar sedangkan penulis meneliti pemanfaatan aplikasi youtube sebagai sarana media diseminasi berita oleh bertuah pos pekanbaru.

- 2.1.4 Dalam Jurnal Published Vol 06, No.02, Juli 2021 Hal 15-18 oleh Elva Tati Susanti dan Mila Amelia dengan judul “Pemanfaatan Youtube Sebagai Media Pembelajaran Matematika Dimasa Pandemic Covid-19”.¹⁵ Penelitian ini bertujuan memanfaatkan Youtube untuk pembelajaran jarak jauh dan membantu siswa memahami materi pembelajaran. Penelitian ini menggunakan metode deskriptif kualitatif. Perbedaan peneliti dengan penulis yaitu peneliti meneliti bagaimana pemanfaatan youtube sebagai media pembelajaran matematika dimasa pandemic covid-19, sedangkan penulis meneliti pemanfaatan aplikasi youtube sebagai media diseminasi berita oleh bertuah pos pekanbaru.
- 2.1.5 Dalam Jurnal Riset Mahasiswa Dakwah dan Komunikasi (JRMDK) Vol. 2 No.4, September 2020 Hal 191-207 oleh Rizky Yudiastira dan Tika Mutia dengan judul “Penerapan Media Streaming Youtube Oleh Gemilang Tv Sebagai Wadah Informasi di Indragiri Hilir”.¹⁶ Penelitian ini menggunakan paradigma interpretif dengan pendekatan studi kasus. Teknik pengumpulan data menggunakan observasi, wawancara mendalam, dan penelusuran online. teknik pengumpulan data dalam penelitian ini mencakup wawancara, observasi dan dokumentasi. Hasil penelitian menunjukan bahwa Penerapan media streaming YouTube dapat membantu proses produksi Gemilang TV menjadi lebih mudah. Selain itu ditemukan manfaat dari digunakannya media streaming YouTube sebagai wadah untuk berbagi informasi, kemudian menambah produktifitas, mempertinggi efektifitas dan mengembangkan kinerja pekerjaan. Persamaan peneliti dengan penulis yaitu sama sama menggunakan media youtube, sedangkan perbedaan peneliti dengan penulis yaitu peneliti meneliti penerapan media streaming youtube oleh gemilang tv sebagai wadah informasi di indragiri

¹⁵ Elva Tati Susanti and Mila Amelia, “Pemanfaatan Youtube Sebagai Media Pembelajaran Matematika Dimasa Pandemi Covid-19,” . . *E* 06, no. 02 (2021).

¹⁶ Rizky Yudiastira and Tika Mutia, “Penerapan Media Streaming Youtube Oleh Gemilang Tv Sebagai Wadah Informasi Di Indragiri Hilir,” *Jurnal Riset Mahasiswa Dakwah dan Komunikasi* 2, no. 4 (September 18, 2020): 191, <https://doi.org/10.24014/jrmdk.v2i4.12162>.

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.

hilir, sedangkan penulis meneliti pemanfaatan aplikasi youtube sebagai media diseminasi berita oleh bertuah pos pekanbaru.

- 2.1.6 Dalam Jurnal Pendidikan Matematika Raflesia Vol. 07 No.01 Maret 2022 Hal 13-21 oleh Yuan Anisa dengan judul “Peran Channel Youtube Sebagai Media Alternatif untuk Membantu Proses Pembelajaran Matematika dan Media Informasi pada Tingkat Perguruan Tinggi”.¹⁷ Penelitian ini merupakan penelitian deskriptif kuantitatif dengan memanfaatkan google form sebagai media pengisian kuesioner. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis seberapa besar peran serta efektifnya belajar menggunakan saluran youtube sebagai media sosial alternatif dalam proses pembelajaran khususnya pembelajaran matematika sehingga dapat diperoleh manfaatnya. Hasil penelitian menunjukkan bahwa sebesar 89,74% mahasiswa setuju bahwa dosen perlu terlibat dalam penggunaan youtube sebagai media sosial alternatif dalam pembelajaran di perkuliahan, 83,33% setuju youtube sebagai tempat diskusi, 79,92% setuju bahwa akses penggunaan youtube sangat mudah dan dapat dijadikan sebagai media informasi seputar perkuliahan, 64,1 % setuju youtube dapat membantu dalam mengerjakan tugas, 51,28% setuju youtube sebagai media tambahan pembelajaran dan akses dalam menambah jaringan pertemanan. Persamaan penelitin ini dengan penulis yaitu sama sama menggunakan metode penelitian kualitatif. Perbedaan peneliti dan penulis yaitu peneliti meneliti bagaimana peran channel youtube sebagai media alternatif untuk membantu proses pembelajaran matematika dan media informasi pada tingkat perguruan tinggi, sedangkan penulis meneliti pemanfaatan aplikasi youtube sebagai media diseminasi berita oleh bertuah pos pekanbaru.
- 2.1.7 Dalam Jurnal Communication, Vol. 11 No.1 April 2020. Hal 81 – 93 oleh Arif Ramdan Sulaeman, Anhar Fazri dan Fairus dengan judul “Strategi Pemanfaatan Youtube Dalam Bidang Dakwah Oleh Ulama Aceh”.¹⁸ Penelitian ini menggunakan metode deskriptif kualitatif dengan teknik analisis isi. Penelitian ini dimaksud untuk mengetahui bagaimana strategi yang digunakan oleh ulama Aceh dalam pemanfaatan youtube sebagai media komunikasi dalam penyebaran konten dan pembelajaran bagi audiens. Persamaan penelitian ini dengan penulis adalah peneliti dan

¹⁷ Yuan Anisa, “Peran Channel Youtube Sebagai Media Alternatif untuk Membantu Proses Pembelajaran Matematika dan Media Informasi pada Tingkat Perguruan Tinggi” 07, no. 01 (2022).

¹⁸ Arif Ramdan Sulaeman and Anhar Fazri, “Strategi Pemanfaatan Youtube Dalam Bidang Dakwah Oleh Ulama Aceh” 11 (n.d.).

penulis sama sama menggunakan metode penelitian kualitatif. Sedangkan perbedaannya adalah peneliti ingin mengetahui bagaimana strategi pemanfaatan youtube dalam bidang dakwah oleh ulama aceh, sedangkan penulis meneliti pemanfaatan aplikasi youtube sebagai media diseminasi berita oleh bertuah pos pekanbaru.

- 2.1.8 Dalam Jurnal Sinestesia, Vol. 11, No. 1, 2021 Hal 78 – 84 oleh Fitroh Tri Utami dan Miefthaul Zanah dengan judul “Youtube Sebagai Sumber Informasi Bagi Peserta Didik di Masa Pandemi Covid-19”.¹⁹ Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah kajian literatur yaitu dengan mencari dan melakukan analisis terhadap artikel - artikel yang telah diterbitkan sebelumnya mengenai pengaruh youtube terhadap pembelajaran peserta didik. kemudian menyimpulkan hasil dari artikel - artikel yang sudah dipilah sesuai dengan masalah dan tujuan penelitian. Penelitian ini bertujuan untuk mengkaji potensi Youtube sebagai sumber belajar bagi peserta didik pada masa pandemi Covid-19. Persamaan dalam penelitian ini dengan penulis yaitu sama sama mengkaji youtube sebagai sumber informasi. Perbedaan penelitian di atas dengan penulis yaitu penelitian diatas bertujuan untuk mengkaji potensi youtube sebagai sumber belajar bagi peserta didik pada masa pandemi Covid-19, sedangkan penulis meneliti pemanfaatan aplikasi youtube sebagai media diseminasi berita oleh bertuah pos pekanbaru.
- 2.1.9 Dalam JOEAI (Journal of Education and Instruction) Vol. 2, No. 2, Desember 2019 Hal 83 – 90 oleh Elce Purwandari dengan judul “Pemanfaatan Youtube Sebagai Sumber Belajar Fisika”.²⁰ penelitian ini merupakan penelitian survei eksplorasi, yang menggunakan kuisisioner sebagai instrumen pengumpulan data dan teknik analisis data secara statistik deskriptif. Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui pemanfaatan YouTube sebagai sumber belajar fisika siswa Sekolah Menengah Atas (SMA) Kecamatan Lubuklinggau Timur 1. Hasil Penelitian, lebih dari setengah responden memanfaatkan YouTube sebagai sumber belajar dalam pembelajaran Fisika, dengan rincian 66% menggunakan YouTube sebagai sumber belajar tambahan, 82%

¹⁹ Fitroh Tri Utami and Miefthaul Zanah, “Youtube Sebagai Sumber Informasi Bagi Peserta Didik di Masa Pandemi Covid-19,” *Jurnal Sinestesia* 11, no. 1 (July 11, 2021): 78–84, <https://doi.org/10.53696/27219283.64>.

²⁰ Elce Purwandari, “Pemanfaatan Youtube Sebagai Sumber Belajar Fisika,” *Journal of Education and Instruction (Joeai)* 2, no. 2 (August 18, 2019): 83–90, <https://doi.org/10.31539/joeai.v2i2.810>.

menggunakan YouTube untuk penyelesaian tugas dan 72% menggunakan YouTube sebagai sarana hiburan dan informasi. Simpulan, saat ini YouTube menjadi salah satu media alternatif yang banyak digunakan oleh sebagian besar siswa sebagai sumber belajar tambahan, membantu penyelesaian tugas dan sebagai sarana informasi serta hiburan yang juga didukung oleh penyediaan fasilitas internet oleh sekolah. Persamaan penelitian diatas dengan penulis yaitu peneliti dan penulis sama sama mengkaji tentang pemanfaatan youtube. Perbedaan penelitian diatas dengan penulis yaitu penelitian diatas bertujuan untuk mengetahui pemanfaatan YouTube sebagai sumber belajar fisika siswa Sekolah Menengah Atas (SMA) Kecamatan Lubuklinggau Timur 1, sedangkan penulis meneliti pemanfaatan aplikasi youtube sebagai media diseminasi berita oleh bertuah pos pekanbaru.

- 2.1.10 Dalam Jurnal Ilmu Pendidikan Vol. 1 No.2, 2019, Hal 1-7 oleh Muhammad Yusi Kamhar dan Erma Lestari dengan judul – “Pemanfaat Sosial Media Youtube Sebagai Media Pembelajaran Bahasa Indonesia DI Perguruan Tinggi”.²¹ Metode penelitian yang digunakan adalah metode penelitian kualitatif. Penelitian ini menjabarkan secara garis besar yang dilakukan oleh dosen Bahasa Indonesia untuk meningkatkan minat belajar mahasiswa. Membentuk suasana belajar yang inovatif, kreatif, dan berdaya guna. Salah satu inovasi yang dekat dengan siswa ataupun mahasiswa, yaitu sosiasl media. Melalui media pembelajaran sosial media akan memberikan sinergi baru dalam aktivitas belajar bahasa Indonesia. Persamaan penelitian diatas dengan penulis yaitu sama sama ingin mengetahui manfaat dari media sosial youtube. Perbedaan penelitian diatas dengan penulis yaitu penelitian diatas meneliti pemanfaat sosial media youtube sebagai media pembelajaran bahasa indonesia di perguruan tinggi. sedangkan penulis melihat manfaat youtube sebagai media diseminasi informasi kepada masyarakat luas.

2.2 Landasan Teori

2.2.1 Media Massa

a. Definisi Media Massa

²¹ Muhammad Yusi Kamhar and Erma Lestari, “Pemanfaat Sosial Media Youtube Sebagai Media Pembelajaran Bahasa Indonesia Di Perguruan Tinggi,” *Inteligensi : Jurnal Ilmu Pendidikan* 1, no. 2 (June 29, 2019): 1–7, <https://doi.org/10.33366/ilg.v1i2.1356>.

Media massa merupakan saluran atau media komunikasi dan informasi, berperan melakukan penyebaran informasi secara serentak dan dapat diakses secara serentak juga. Informasi yang disebarkan ditujukan kepada publik, sehingga informasi yang disebarkan oleh media massa adalah informasi publik.²² Media massa memiliki peran besar dalam mengembangkan dan menyebarluaskan wacana dan peristiwa internasional. Isu, wacana dan peristiwa yang berkembang atau terjadi di sebuah negara dengan cepat akan menyebar ke negaranegara lain berkat pemberitaan media massa.²³

Klinger mengemukakan bahwa logika media sosial “dibangun di atas logika viralitas”.²⁴ Viralitas didefinisikan di sini sebagai kemampuan untuk berkembang secara berkali-kali lipat dalam waktu sangat singkat. Klinger menyebutkan di media sosial, sebuah item dapat menyebar dengan cepat ke seluruh jaringan jika banyak pengguna membagikan item tersebut – yang populer disebut menjadi viral. Oleh karena itu, apakah berita menyebar dengan cepat dan jauh tidak hanya ditentukan oleh ukuran audiens langsung outlet berita, tetapi juga oleh kemungkinan pengguna membagikan berita itu sendiri. Harcup dan O'Neill mengatakan konsep ini kemungkinan sebagai "shareability" berita, dan berpendapat bahwa itu telah menjadi nilai berita yang penting. Trilling, Tolochko, dan Burscher juga membahas konsep “kelayakan berbagi”. Dalam hal logika media, jurnalis perlu beradaptasi dengan logika ini membuat berita yang ingin dibagikan orang – agar bisa bersaing di lanskap media kontemporer.

Media massa memiliki peran besar dalam mengembangkan dan menyebarluaskan wacana dan peristiwa internasional. Isu, wacana dan peristiwa yang berkembang atau terjadi di sebuah negara dengan

²² Istiqomah Istiqomah, “Pengaruh Pemberitaan Bencana Alam di Harian Serambi Indonesia Terhadap Kesadaran Masyarakat,” *Jurnal Studi Komunikasi (Indonesian Journal of Communications Studies)* 3, no. 1 (March 21, 2019): hlm. 59, <https://doi.org/10.25139/jsk.v3i1.1423>.

²³ Machya Astuti Dewi, “Media Massa Dan Penyebaran Isu Perempuan,” *Jurnal Ilmu Komunikasi* 7 (2009): hlm. 229.

²⁴ Kasper Welbers and Michaël Opgenhaffen, “Presenting News on Social Media: Media Logic in the Communication Style of Newspapers on Facebook,” *Digital Journalism* 7, no. 1 (January 2, 2019): hlm. 47, <https://doi.org/10.1080/21670811.2018.1493939>.

cepat akan menyebar ke negaranegara lain berkat pemberitaan media massa.²⁵

b. Bentuk Bentuk Media Massa

Sebagai sarana komunikasi massa, media massa dapat dikelompokkan menjadi dua yaitu, media cetak (surat kabar, majalah, tabloid, dan lainnya), media elektronik (televisi dan radio). Media cetak adalah saluran komunikasi di mana pesan-pesan verbalnya (tertulis) maupun dalam bentuk gambar-gambar seperti karikatur dan komik dilakukan dalam bentuk tercetak. Media ini sangat baik disebarluaskan untuk mereka yang bisa membaca dan memiliki waktu senggang yang cukup. Surat kabar atau media cetak lainnya memiliki kelebihan, yakni dapat dibaca oleh banyak orang terutama dalam satu rumah tangga, asrama, hotel atau di perpustakaan.²⁶

Sedangkan media elektronik merupakan istilah yang digunakan untuk semua bentuk media komunikasi massa yang berbasiskan teknologi komunikasi dan dan teknologi informasi. Media elektronik yang memiki ciri tersebut adalah yang menggunakan jaringan Internet yang berasal dari jaringan kabel, telepon, dan satelit yang dihubungkan ke komputer secara langsung. Media elektronik, sering disebut juga media audio visual. Jika media termaksud hanya diperlukan suaranya, berarti termasuk media audio (dengar) saja.kalau didalamnya juga ada gambar yang dapat dilihat berarti media visual.²⁷

c. Fungsi Media Massa

Secara fungsional, orang menggunakan berbeda media sesuai dengan kebiasaan dan pola konsumsi mereka, sosial mereka dan situasi budaya dan keadaan material, dan persyaratan untuk memenuhi tanggung jawab sehari-hari. Pada gilirannya, orang menggunakan media terkendala oleh aspek kelembagaan seperti strategi penargetan, serta aksesibilitas dan kenyamanan relatif teknologi (misalnya, slot waktu, jadwal program, metode pengiriman, akses telepon, dll.). Orang-orang keterlibatan dan interaksi dengan

²⁵Machya Astuti Dewi, “Media Massa Dan Penyebaran Isu Perempuan,” *Jurnal Ilmu Komunikasi* 7 (2009): hlm. 229.

²⁶ Ahmad Zaini, “Dakwah Melalui Media Cetak” 2 (2014): hlm. 63.

²⁷ H Abd Hafid, “Sumber Dan Media Pembelajaran” 6 (2011): hlm. 73.

media tidak hanya tentang penggunaan tetapi juga tentang preferensi mereka untuk suatu bentuk, keahlian dan gayanya, dan nilai produksinya. Misalnya, orang yang berbeda menghargai efek khusus secara berbeda, atau musik, atau humor. Bentuk, gaya, dan nilai produksi ini sendiri merupakan hasil dari struktur ekonomi industri media. Hal ini dibuktikan melalui kendala anggaran, kapitalisasi tren populer, dan keragaman materi.²⁸

Pandangan konstruksivisme memahami tugas dan fungsi media massa berbeda dengan pandangan positivisme. Dalam pandangan positivisme, media massa dipahami sebagai alat penyaluran pesan. Ia sebagai sarana bagaimana pesan disebarkan dari komunikator (wartawan, jurnalis) ke khalayak (pendengar, pembaca). Media massa benar-benar sebagai alat yang netral, mempunyai tugas utama penyalur pesan. Tidak ada maksud lain, Kalau media tersebut menyampaikan suatu peristiwa atau kejadian, memang itulah yang terjadi. Itulah realitas yang sebenarnya. Tidak ditambah dan tidak dikurangi. Dalam pandangan konstruktivisme, media massa dipahami sebaliknya. Media massa bukan hanya saluran pesan, tetapi ia juga subjek yang mengonstruksi realitas, lengkap dengan pandangan, bias, dan pemihakannya. Di sini, media massa dipandang sebagai agen konstruksi sosial yang mendefinisikan realitas.²⁹

Menurut Elvinaro, fungsi media massa bisa dibagi menjadi lima, a) Pengawasan (surveillance), b) Penafsiran (Interpretation), c) Keterkaitan (Linkage), d) Penyebaran (deployment), e) Hiburan (Entertainment).³⁰

1. Pengawasan (surveillance)

Media massa memiliki pengawas misalnya pengawas media penyiaran yang dikenal dengan sebutan Kemenkominfo yang bertugas mengatur alokasi frekuensi, dan Komisi Penyiaran Indonesia (KPI) dengan berbagai undang-undang yang telah tercantum dalam buku Pedoman Perilaku Penyiaran dan Standar Program Siaran (P3SPS) berfungsi mengawasi hal-hal mengenai

²⁸ Robin R. Means Coleman and JoEllen Fisherkeller, "Introduction: Media Education: Dilemmas of Perspective, Policy, and Practice," *Television & New Media* 4, no. 4 (November 2003): hlm. 345, <https://doi.org/10.1177/1527476403255809>.

²⁹ Masnur Muslich, "Kekuasaan Media Massa Mengonstruksi Realitas," n.d., hlm. 155.

³⁰ Elvinaro Ardianto, Lukiati Komala, and Siti Karlinah, *Komunikasi Massa : Suatu Pengantar* (Bandung: Simbiosis Rekatama media, 2014), hlm 14.

penyiaran terutama isi siaran. Kemudian media cetak yang diawasi oleh Dewan Pers (pengawas), dan media online (website) diawasi oleh Satuan Tugas (Satgas) berdasarkan undang-undang yang dibentuk oleh Dewan Pers. Bahkan pada website jika dilihat dari aspek legalnya harus berbadan hukum atau memiliki izin dari pihak-pihak terkait, dikarenakan website berbasis media online lebih ditujukan kepada produk jurnalisme berupa pemberitaan bukan sekedar informasi.³¹

2. Penafsiran (Interpretation)

Fungsi penafsiran hampir mirip dengan fungsi pengawasan. Media massa tidak hanya memasok fakta dan data, tetapi juga memberikan penafsiran terhadap kejadian-kejadian penting. Tujuan penafsiran media ingin mengajak para pembaca atau pemirsa untuk memperluas wawasan dan membahasnya lebih lanjut dalam komunikasi antarpersona atau komunikasi kelompok.³²

Selain itu, media sebagai penafsiran juga bisa dikatakan bahwa media massa tidak hanya memberikan fakta dan data saja, tapi juga penafsiran terhadap kejadian-kejadian penting.³³

3. Keterkaitan (Linkage)

Media massa merupakan institusi yang menjembatani komunikasi antara berbagai kelompok dalam masyarakat, seperti antara produsen dan konsumen, antara pemerintah dan rakyat, antara elite politik dan konstituennya.³⁴

4. Penyebaran (Deployment)

Fungsi media sosial untuk berinteraksi semakin besar, terutama karena kemudahan fasilitasnya dalam menyebarkan informasi. Menurut McQuail seseorang yang menggunakan media massa

³¹ Husnul Khatimah, "Posisi Dan Peran Media Dalam Kehidupan Masyarakat," *Tasamuh* 16, no. 1 (December 1, 2018): hlm. 122, <https://doi.org/10.20414/tasamuh.v16i1.548>.

³² Hastika Yanti Nora, Muhammad Chaerul Latief, and Yuliyanto Budi Setiawan, "Fungsi Komunikasi Massa Dalam Televisi (Studi Kasus Program Acara 'Bukan Empat Mata' di TRANS 7)," *Jurnal The Messenger* 2, no. 1 (March 24, 2016): hlm. 13, <https://doi.org/10.26623/themessenger.v2i1.278>.

³³ Michelle Angela and Septia Winduwati, "Representasi Kemiskinan dalam Film Korea Selatan (Analisis Semiotika Model Saussure pada Film Parasite)" 3, no. 2 (2019): hlm. 480.

³⁴ Kadek Dristiana Dwivayani and Abdullah Karim, "Radio Sebagai Media Komunikasi Lingkungan Dan Mitigasi Bencana Banjir Di Kota Samarinda," *Sosfilkom : Jurnal Sosial, Filsafat dan Komunikasi* 14, no. 01 (December 10, 2020): hlm. 44, <https://doi.org/10.32534/jsfk.v14i01.1521>.

didorong oleh empat motif, yaitu (1) informasi; (2) identitas pribadi; (3) integrasi dan interaksi sosial; (4) hiburan. Motif tersebut dipengaruhi juga oleh cara media massa mengemas sebuah informasi, sehingga informasi yang tidak bernilai pun dapat “tampak” bernilai jika dikemas dengan sedemikian rupa sehingga menarik minat audiens untuk menerima informasi tersebut.³⁵

Komunikasi dapat diartikan sebagai sebuah proses pertukaran informasi antara satu individu dengan individu lainnya dengan melalui perantara tertentu dan diharapkan adanya feedback dari individu yang menerima informasi tersebut. Hal ini menunjukkan bahwa komunikasi merupakan sebuah proses, yang melibatkan dua atau lebih orang dalam satu waktu, dan ada informasi yang dipertukarkan di dalamnya. Jika kita membicarakan mengenai sebuah komunikasi pembangunan, maka kita harus mengetahui definisi umum dari pembangunan secara luas yang menganut paradigma kekinian.³⁶

5. Hiburan (Entertainment)

Fungsi lain dari media massa adalah sebagai hiburan, karena dalam media massa masyarakat akan mendapat hal-hal yang bersifat untuk menghibur misalnya dalam tayangan televisi, masyarakat dapat menikmati hiburan musik, film, sinetron, dan olahraga. Sehingga dengan adanya tayangan-tayangan tersebut masyarakat akan terhibur. Tujuan fungsi hiburan adalah menyediakan hiburan, pengalihan perhatian, dan sarana relaksasi serta meredakan ketegangan sosial bagi masyarakat. Sedangkan bagi individu berfungsi melepaskan diri dari atau terpisah dari permasalahan, bersantai, memperoleh kenikmatan jiwa dan estetis, dan mengisi waktu, penyaluran emosi.³⁷

³⁵ Cecep Darmawan et al., “Pengembangan hubungan interpersonal remaja dalam penggunaan media sosial di Kota Bandung,” *Jurnal Kajian Komunikasi* 7, no. 2 (December 23, 2019): hlm. 164, <https://doi.org/10.24198/jkk.v7i2.21163>.

³⁶ “Posisi Media Massa Di Indonesia Dalam Perkembangan Komunikasi Pembangunan – Agricia,” February 7, 2019, <https://agricia.faperta.ugm.ac.id/2019/02/07/posisi-media-massa-di-indonesia-dalam-perkembangan-komunikasi-pembangunan/>.

³⁷ STAIN Parepare and Qudratullah Qudratullah, “Peran Dan Fungsi Komunikasi Massa,” *Jurnal Dakwah Tabligh* 17, no. 2 (November 22, 2016): hlm. 44, <https://doi.org/10.24252/jdt.v17i2.6024>.

d. Perkembangan Media Massa

Percetakan pertama di Amerika Serikat dibangun pada tahun 1638 di Harvard University. Surat kabar pertama yang dicetak muncul pada tahun 1690, yakni surat kabar "Public Occurance" di Boston. Sesudah surat kabar ini tidak muncul kemudian terbit surat kabar mingguan Boston Newsletter pada tahun 1704 oleh John Campbell, lalu menyusul Boston Gazette pada tahun 1719. Memasuki abad-19 ditandai dengan banyaknya penemuan di bidang teknologi termasuk percetakan yang bisa digerakkan oleh tenaga uap. Akibatnya surat kabar yang sebelumnya hanya bisa diproduksi 500-600 lembar per jam dapat ditingkatkan menjadi 4000 lembar per jam.³⁸

Perkembangan pers yang didukung oleh kemajuan teknologi dan perkembangan masyarakat Amerika pada saat ini, juga ditandai dengan perkembangan cara-cara pelaporan berita, misalnya Jurnalistik kelompok dan Jurnalistik Investigasi yang digunakan dalam skandal Watergate pada tahun 1973. Perkembangan industri surat kabar pada abad kesembilan belas dan dua puluh dikarakteristikan oleh dua kecenderungan utama: pertama, pertumbuhan dan konsolidasi surat kabar yang diedarkan secara massal; dan kedua, pertumbuhan internasionalisasi kegiatan pengumpulan berita. ifita dapat mengilustrasikan kecenderungan pertama dengan merujuk pada industri surat kabar Inggris, sekalipun perkembangan yang sama dapat diamati di beberapa negara industrial besar lainnya.³⁹

Karena masa lalu negara-negara di Asia pada umumnya adalah negara bekas jajahan negara-negara Eropa, maka surat kabar di Asia (termasuk di Indonesia) juga dikenalkan oleh mereka. Menurut sejarah, surat kabar pertama yang masuk ke Indonesia adalah *Memorie des Nouvelles* pada tahun 1615 yang berbentuk Newsletter. Sedangkan surat kabar pertama yang terbit di Indonesia adalah *Bataviaisme Nouvelles en Politique! Raisoven Mensen* pada tahun 1744 dalam bahasa Belanda dan disjisul surat kabar bahasa melayu di

³⁸ Mohammad Zamroni, "Perkembangan Teknologi Komunikasi Dan Dampaknya Terhadap Kehidupan," n.d., hlm. 201.

³⁹ Zamroni, "Perkembangan Teknologi Komunikasi Dan Dampaknya Terhadap Kehidupan."

Surabaya pada tahun 1855. Sampai tahun 1990 jumlah surat kabar di Indonesia telah mencapai 21 tiras 4.5 juta perhari.⁴⁰

Media sosial berkembang pesat sejalan dengan pertumbuhan dan kemudahan akses informasi yang didukung oleh kekuatan teknologi komunikasi. Media sosial memiliki pengguna aktif sebesar 79 juta. Indonesia merupakan salah satu negara teraktif di media sosial.⁴¹

Pertumbuhan dan perkembangan media Indonesia, masih jauh tertinggal dibandingkan dengan pertumbuhan dan perkembangan media global, khususnya negara maju. Jumlah penerbitan media cetak masih sangat rendah demikian juga dengan pertumbuhan dan perkembangan media elektronik, apalagi dengan munculnya media baru (new media).⁴²

Pada Tahun 2018, Asosiasi Penyelenggara Jasa Internet Indonesia (APJII) berkolaborasi dengan Polling Indonesia melakukan survei tentang gambaran terkini dan kemajuan serta pertumbuhan internet di Tanah Air. Hasilnya, pengguna internet Indonesia bertambah 10,12 persen pada 2018 dibandingkan tahun sebelumnya. Secara total, pengguna internet mencapai 171,17 juta pengguna dari populasi 264,16 juta jiwa (APJII, 2018). Jumlah pengguna internet yang begitu cepat bertambah ini menjadi semakin meningkat seiring dengan berkembangnya variasi media komunikasi berbasis internet. Pemanfaatannya yang begitu mudah dan dapat diakses dimana saja menjadi pilihan bagi sebagian besar masyarakat. Media cetak pun nyaris tersingkir dengan kehadiran media online.⁴³

Jumlah media online kini sudah lebih banyak daripada media konvensional seperti surat kabar, majalah, radio dan televisi. Ketua Dewan Pers Yosep Adi Prasetyo mencatat terdapat 47.000 media di

⁴⁰ Zamroni, hlm. 201-202.

⁴¹ Eko Harry Susanto, "Media Sosial Sebagai Pendukung Jaringan Komunikasi Politik," *Jurnal Aspikom* 3, no. 3 (September 21, 2017): hlm. 379, <https://doi.org/10.24329/aspikom.v3i3.123>.

⁴² Ida Ri'aeni and Widia Sulistiana, "Industri Media Massa Lokal dalam Tinjauan Manajemen Media Ideal," *JIKE: Jurnal Ilmu Komunikasi Efek* 1, no. 1 (December 23, 2018): hlm. 88, <https://doi.org/10.32534/jike.v1i1.51>.

⁴³ Reza Ade Putra, "Tantangan Media Massa Dalam Menghadapi Era Disrupsi Teknologi Informasi," *JUSIFO* 5, no. 1 (June 29, 2019): hlm. 1, <https://doi.org/10.19109/jusifo.v5i1.5003>.

Indonesia pada tahun 2018. Dari jumlah tersebut, sebanyak 43.803 di antaranya adalah media online.⁴⁴

2.2.2 Youtube

a. Definisi Youtube

YouTube adalah salah satu layanan dari Google yang memfasilitasi pengguna untuk meng-upload video dan bisa diakses oleh pengguna yang lain dari seluruh dunia secara gratis. Bisa dikatakan YouTube adalah database video yang paling populer di dunia internet, atau bahkan mungkin yang paling lengkap dan variatif. Pada awalnya YouTube memang bukan dikembangkan oleh Google, tapi Google mengakuisinya lalu kemudian menggabungkannya dengan layanan layanan Google yang lain. Sama seperti Google juga mengakuisi blogger.⁴⁵

YouTube juga merupakan ruang untuk berbagi dan mengartikulasikan ide. Meskipun video adalah sumber ekspresi utama di situs, orang berkomunikasi melalui halaman web yang dipersonalisasi, papan buletin, dan memposting komentar yang terkait dengan video itu sendiri. Ini mengacu pada karakter campuran YouTube dengan menjelaskan bahwa situs dapat menggabungkan produksi dan distribusi media dengan fitur jejaring sosial menjadikannya tempat yang ideal untuk menghubungkan, terhubung, berkolaborasi, dan mengedarkan media baru dan bermakna pribadi. Sebagai ruang untuk konstruksi intertekstual makna, pengetahuan, hubungan, dan ide, adalah mungkin untuk berteori YouTube sebagai publik berjejaring'.⁴⁶

Youtube telah memudahkan milyaran orang dalam menemukan, menonton, dan membagikan berbagai macam video. Youtube menyediakan forum bagi orang-orang untuk saling berhubungan, memberikan informasi, menginspirasi orang lain di

⁴⁴ Muhammad Ashari, "Jurnalisme Digital: Dari Pengumpulan Informasi Sampai Penyebaran Pesan," *Inter Komunika: Jurnal Komunikasi* 4, no. 1 (September 2, 2019): hlm. 2, <https://doi.org/10.33376/ik.v4i1.286>.

⁴⁵ Ricardo Freedom Nanuru, "Youtube: Seni Berwawasan Teknologi Modern," preprint (Open Science Framework, November 6, 2017), <https://doi.org/10.31219/osf.io/3vshc>.

⁴⁶ Vincent J. Del Casino and Catherine F. Brooks, "Talking about Bodies Online: Viagra, YouTube, and the Politics of Public(Ized) Sexualities," *Gender, Place & Culture* 22, no. 4 (April 21, 2015): hlm. 478, <https://doi.org/10.1080/0966369X.2013.879106>.

seluruh dunia, serta bertindak sebagai platform distribusi bagi pembuat konten dan pengiklan, baik yang besar maupun kecil. Youtube menjadi pemimpin untuk situs pencarian video di internet, dengan lebih dari 100.000.000 video ditonton oleh pengunjung setiap harinya. Lebih dari 65.000 video kini diunggah setiap hari ke Youtube.⁴⁷

Youtube memiliki slogan: Broadcast Yourself, Youtube merupakan situs yang menyediakan berbagai informasi berupa audio-visual. Situs ini memang disediakan bagi mereka yang ingin melakukan pencarian informasi video dan menontonnya langsung. Situs ini dapat juga membuat masyarakat menjadi komunikator dengan cara berpartisipasi untuk mengunggah video ke Youtube dan membaginya ke seluruh dunia.⁴⁸

YouTube berisi ratusan juta video yang diunggah oleh pengguna web. Lebih dari 24 jam video diunggah setiap menit. Setiap video YouTube memiliki judul dan untuk sebagian besar video YouTube, deskripsi teks tersedia. Meski berisik, sebagian besar judul dan deskripsi ini memberikan informasi yang terkait dengan konten video.⁴⁹

YouTube berfungsi sebagai jejaring sosial populer dengan sendirinya, menghubungkan pengguna terdaftar melalui langganan yang memberi tahu pelanggan tentang pembaruan sosial dan konten dari pengguna yang berlangganan.⁵⁰ Sistem merekomendasikan video youtube sangat menantang dari tiga perspektif utama:⁵¹

⁴⁷ Helena Anggidesialamia, "Upaya Meningkatkan Minat Baca Melalui Review Konten Cerita Rakyat Pada Aplikasi Youtube," *Comm-Edu (Community Education Journal)* 3, no. 2 (May 8, 2020): hlm. 77, <https://doi.org/10.22460/comm-edu.v3i2.3779>.

⁴⁸ William Gunawan, "Motif dan Kepuasan Subscriber Menonton Channel 'Kok Bisa' di YouTube" 5 (2017): hlm. 2.

⁴⁹ Bingbing Ni, Yang Song, and Ming Zhao, "YouTubeEvent: On Large-Scale Video Event Classification," in *2011 IEEE International Conference on Computer Vision Workshops (ICCV Workshops)* (2011 IEEE International Conference on Computer Vision Workshops (ICCV Workshops), Barcelona, Spain: IEEE, 2011), 1516–23, <https://doi.org/10.1109/ICCVW.2011.6130430>.

⁵⁰ Mirjam Wattenhofer, Roger Wattenhofer, and Zack Zhu, "The YouTube Social Network," *Proceedings of the International AAAI Conference on Web and Social Media* 6, no. 1 (August 3, 2021): 354–61, <https://doi.org/10.1609/icwsm.v6i1.14243>.

⁵¹ Paul Covington, Jay Adams, and Emre Sargin, "Deep Neural Networks for YouTube Recommendations," in *Proceedings of the 10th ACM Conference on Recommender Systems (RecSys '16: Tenth ACM Conference on Recommender Systems, Boston Massachusetts USA: ACM, 2016)*, 191–98, <https://doi.org/10.1145/2959100.2959190>.

1. Skala: Banyak algoritma rekomendasi yang ada terbukti untuk bekerja dengan baik pada masalah kecil gagal untuk beroperasi pada skala. Algoritma pembelajaran terdistribusi yang dangat terspesialisasi dan system penyajian yang efisien dangat penting untuk penanganan basis dan korpus pengguna youtube yang sangat besar.
2. Kesegaran: youtube memiliki korpus yang sangat dinamis banyak jam video diunggah perdetik. System rekomendasi itu harus cukup responsive untuk memodelkan konten yang baru diunggah serta tindakan terbaru yang diambil oleh pengguna. Menyeimbangkan konten baru dengan video mapan dapat dipahami dari perspektif eksplorasi/eksploras.
3. Kebisingan: Riwayat perilaku pengguna di YouTube pada dasarnya sulit diprediksi karena jarang dan berbagai faktor eksternal yang tidak dapat diamati. Kami jarang mendapatkan kebenaran dasar tentang kepuasan pengguna dan sebaliknya memodelkan sinyal umpan balik implisit yang berisik. Lebih-lebih lagi, metadata yang terkait dengan konten tidak terstruktur dengan baik tanpa ontologi yang terdefinisi dengan baik. Algoritme kami membutuhkan menjadi kuat untuk karakteristik tertentu dari kami data pelatihan.

YouTube merupakan salah satu penyedia layanan video terbesar saat ini, YouTube juga media untuk upload secara gratis. Para pengguna dapat memuat, menonton, dan berbagi klip video secara gratis. YouTube juga sangat cocok bagi kita yang ingin mencari informasi tanpa harus membaca artikel, Umumnya video-video di YouTube adalah klip video klip, Acara TV, Film serta video buatan para penggunanya sendiri.⁵² Terdapat 5 karakteristik dari youtube yang membuat banyak dari sebagian pengguna betah menggunakannya, diantara lain:⁵³

⁵² Kevin David B Mangole, Meity Himpong, and Edmon R Kalesaran, "Pemanfaatan Youtube Dalam Meningkatkan Pengetahuan Masyarakat Di Desa Paslaten Kecamatan Remboken Minahasa," n.d., hlm. 6.

⁵³ Fatty Faiqah, Muh Nadjib, and Andi Subhan Amir, "Youtube Sebagai Sarana Komunikasi Bagi Komunitas Makassarvidgram" 5 (2016): hlm. 261.

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. Tidak ada batasan durasi untuk mengunggah video. Hal ini yang membedakan youtube dengan beberapa aplikasi lain yang mempunyai batasan durasi minimal waktu semisal instagram, snapchat, dan sebagainya.
2. System pengamanan yang mulai akurat. Youtube membatasi pengamanannya dengan tidak mengizinkan video yang mengandung sara, illegal, dan akan memberikan pertanyaan konfirmasi sebelum mengunggah video.
3. Berbayar. Saat ini seperti yang sedang menjadi viral dimana dimana, youtube memberikan penawaran bagi siapapun yang mengunggah videonya ke youtube dan mendapatkan minimal 1000 viewers atau penonton maka akan diberikan honorarium.
4. System offline. Youtube mempunyai fitur baru bagi para pengguna untuk menonton videonya yaitu system offline. System ini memudahkan para pengguna untuk memonton videonya pada saat offline tetapi sebelumnya video tersebut harus didownload terlebih dahulu.
5. Tersedia editor sederhana. Pada menu awal mengunggah video, pengguna akan ditawarkan untuk mengedit videonya terlebih dahulu. Menu yang ditawarkan adalah memotong video, memfilter warna, atau menambah efek perpindahan video.

Selain itu Keunggulan aplikasi youtube seperti berikut:⁵⁴

1. Informatif, artinya YouTube dapat memberikan informasi dan juga informasi tentang ilmu pengetahuan dan teknologi yang terbaru.
2. Cost effective, ini berarti youtube didapatkan secara gratis dengan jaringan internet.
3. Potensial, dikatakan potensial karena youtube semakin populer ditambah dengan semakin banyaknya beragam video yang berisi informasi dan ada yang bersifat

⁵⁴ Tresia Monica Tinambunan, "Pemanfaatan Youtube Sebagai Media Komunikasi Massa Dikalangan Pelajar," *Jurnal Mutakallimin : Jurnal Ilmu Komunikasi* 5, no. 1 (May 30, 2022): hlm. 15, <https://doi.org/10.31602/jm.v5i1.6756>.

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.

mengedukasi membuat youtube menjadi pegangan penting dalam pendidikan.

4. Praktis dan lengkap, aplikasi Youtube mudah digunakan dan juga youtube mempermudah siapapun yang ingin mencari video dan tepatnya sebagai sumber informasi.
5. Shareable, dengan youtube, siapapun bisa membagikan video yang ada diyoutube ke situs lain dengan mengcopy link video tersebut lalu dibagikan.
6. Interaktif, didalam youtube terdapat kolom komentar yang dimana netizen atau para pengguna internet bisa berdiskusi untuk saling tanya jawab.

Berfokus pada YouTube memungkinkan untuk mengeksploitasi konteks information, mungkin juga informasi multi-modal, tidak tersedia- mampu dalam tweet terisolasi, sehingga menjadikannya sumber daya yang berharga untuk penelitian masa depan.⁵⁵

YouTube memperlihatkan banyak statistik waktu nyata kepada pengguna, seperti suka atau penayangan video, menghasilkan kueri kardinalitas yang sederhana namun sangat tinggi. Nilai ini terus berubah, sehingga sistem harus mendukung jutaan pembaruan waktu nyata secara bersamaan dengan jutaan kueri latensi rendah per detik.⁵⁶ Pengguna datang ke YouTube karena berbagai alasan yang mencakup spektrum dari yang lebih hingga yang kurang spesifik: Untuk menonton satu video yang mereka temukan di tempat lain (navigasi langsung), untuk menemukan video tertentu seputar suatu topik (penelusuran dan penelusuran berorientasi tujuan), atau hanya untuk dihibur oleh konten yang mereka temukan menarik.⁵⁷

⁵⁵ Aliaksei Severyn et al., "Opinion Mining on YouTube," in *Proceedings of the 52nd Annual Meeting of the Association for Computational Linguistics (Volume 1: Long Papers)* (Proceedings of the 52nd Annual Meeting of the Association for Computational Linguistics (Volume 1: Long Papers), Baltimore, Maryland: Association for Computational Linguistics, 2014), hlm. 1252, <https://doi.org/10.3115/v1/P14-1118>.

⁵⁶ Biswapesh Chattopadhyay et al., "Procella: Unifying Serving and Analytical Data at YouTube," *Proceedings of the VLDB Endowment* 12, no. 12 (August 2019): hlm. 2022, <https://doi.org/10.14778/3352063.3352121>.

⁵⁷ James Davidson et al., "The YouTube Video Recommendation System," in *Proceedings of the Fourth ACM Conference on Recommender Systems - RecSys '10* (the fourth ACM conference, Barcelona, Spain: ACM Press, 2010), hlm. 293, <https://doi.org/10.1145/1864708.1864770>.

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.

The Wall Street Journal melakukan penyelidikan terhadap konten YouTube dengan bantuan Mr. Chaslot. Studi ini menemukan bahwa YouTube sering "memberikan video kanan-jauh atau kiri-jauh kepada pengguna yang menonton sumber berita yang relatif mainstream," dan bahwa kecenderungan ekstremis semacam itu terbukti dengan berbagai macam materi. Jika Anda mencari informasi tentang vaksin flu, Anda direkomendasikan video konspirasi anti-vaksinasi. Mungkin juga algoritma pemberi rekomendasi YouTube memiliki bias terhadap inflamasi content.⁵⁸

b. Sejarah Youtube

YouTube adalah sebuah new media. New Media adalah media komunikasi yang mengacu pada konten yang bisa diakses kapan saja, di mana saja, pada setiap perangkat digital, serta memiliki kemampuan untuk melakukan interaksi antara pemberi informasi dan penerima informasi,⁵⁹ Platform ini dapat diakses oleh semua orang dinegara manapun. Youtube di resmikan pada tahun 2005 dan didirikan oleh tiga mantan karyawan paypal yaitu Chad Hurley, Steve Chen, Jawed Karim. Kemudian aplikasi Youtube dibeli oleh perusahaan Google dan diperkenalkan kembali pada tahun 2006.

Gambar 2.1 Pendiri Youtube.⁶⁰



Setahun sejak kelahirannya, pada tahun 2006 YouTube.com telah menjadi situs yang bertumbuh dengan cepat. Dengan

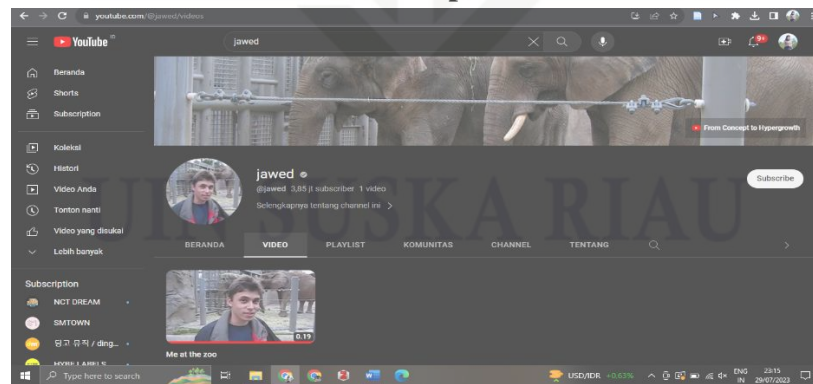
⁵⁸ Shin Yoo, "Opinion | YouTube, the Great Radicalizer - The New York Times," *The New York Times*, n.d., hlm. 3.

⁵⁹ Haldi Patra and Aldi Dio Afrada, "Visualisasi Sejarah dan Sejarah Publik: Tinjauan Konten Sejarah Dalam Platform YouTube," n.d., hlm. 50.

⁶⁰ Tagar News, "Steve Chen dan Dua Pendiri YouTube," Tagar, December 23, 2017, <https://www.tagar.id/steve-chen-dan-dua-pendiri-youtube>.

diunggahnya video baru sebanyak 65.000 dan mencapai 100.000 video hingga bulan Juli 2006 ke situs video YouTube. Rekor tersebut mampu menembus 5 situs terpopuler di situs Alexa.com, jauh mengalahkan situs MySpace.com. Pada bulan Juni 2006 Situs video YouTube memasuki bidang kerjasama pemasaran dan periklanan dengan NBC. Awal memasuki pasar internasional, pada bulan Oktober 2006 saham Situs video YouTube telah di beli oleh Google dengan nilai USD 1,65 Juta. Pada saat inilah awal dari Situs video YouTube mulai berkembang dan mencapai masa-masa kemapanan di tingkat internasional. Pada awal masa kemapanan Situs video YouTube mendapat penghargaan melalui majalah PC world dan mendapat julukan sembilan dari sepuluh produk terbaik di tahun 2006. YouTube berawal sebagai sebuah perusahaan teknologi rintisan yang didanai oleh investasi senilai \$11,5 juta dari Sequoia Capital antara November 2005 dan April 2006. Kantor pertama YouTube terletak di atas sebuah restoran Jepang dan pizzeria di San Mateo, California.⁶¹ Nama domain www.youtube.com aktif pada 14 Februari 2005 dan situs ini dikembangkan pada bulan-bulan berikutnya. Video pertama di YouTube, *Me at the zoo*, diunggah pada 23 April 2005. Video ini menampilkan salah satu pendiri YouTube Jawed Karim di Kebun Binatang San Diego.⁶²

Gambar 2.2 Video pertama Youtube.⁶³



Sumber: <https://www.youtube.com/@jawed/videos>

⁶¹ “Ready for Its Close-Up,” October 7, 2006, <http://www.washingtonpost.com/wp-dyn/content/article/2006/10/06/AR2006100600660.html>.

⁶² *Me at the Zoo*, 2005, <https://www.youtube.com/watch?v=jNQXAC9IVRw>.

⁶³ “(607) jawed - YouTube,” accessed January 25, 2023, <https://www.youtube.com/>.

Video ini masih ada sampai sekarang di situs ini. YouTube menawarkan uji beta pada Mei 2005, dan pada November 2005, sebuah iklan Nike yang dibintangi Ronaldinho menjadi video pertama yang mencapai satu juta tayangan.⁶⁴ Pada waktu itu, video dibatasi ukurannya sampai 100 megabit.⁶⁵

c. Perkembangan Youtube

Dalam perkembangan portofolionya Situs video YouTube telah bekerjasama dengan berbagai instansi swasta maupun pemerintahan, yaitu: (a) July-Agustus 2007 menyelenggarakan siaran bersama dengan CNN acara debat Presiden Amerika; (b) November 2008 menyelenggarakan acara TV episode dan films secara online dengan bekerjasama dengan instansi media swasta di Amerika seperti: Lions Gate, CBS, NBC, Fox, dan Disney; (c) Awal tahun 2009 Situs video YouTube melakukan registrasi domain situsnya (www.YouTubenocookie.com) untuk koleksi videonya yang berada dalam wilayah hukum pemerintah Amerika. Dan pada bulan November meluncurkan siaran pertunjukan bagi para penonton di Inggris yang menampilkan 4000 pertunjukan yang berasal dari 60 pihak ketiga yang bekerjasama dengan YouTube. (d) Pada bulan Maret 2010, YouTube mulai menyiarkan konten tertentu secara gratis, termasuk 60 pertandingan kriket Indian Premier League. Menurut YouTube, ini merupakan siaran acara olahraga besar via Internet pertama di dunia yang bersifat gratis.⁶⁶

Selanjutnya, pada tanggal 31 Maret 2010, YouTube meluncurkan desain situs baru dengan tujuan menyederhanakan antarmuka dan meningkatkan waktu yang dihabiskan pengguna di situs ini. Manajer Produk Google Shiva Rajaraman berkomentar: "Kami merasa perlu mundur sedikit dan membereskan segalanya."

⁶⁴ "YouTube: A History - Telegraph," accessed January 25, 2023, <https://web.archive.org/web/20120512073703/https://www.telegraph.co.uk/finance/newsbysector/mediatechnologyandtelecoms/digital-media/7596636/YouTube-a-history.html>.

⁶⁵ "Usatoday.Com - Video Websites Pop up, Invite Postings," November 4, 2012, https://web.archive.org/web/20121104105527/https://usatoday30.usatoday.com/tech/news/techinnovations/2005-11-21-video-websites_x.htm.

⁶⁶ Edy Chandra, "Youtube, Citra Media Informasi Interaktif Atau Media Penyampaian Aspirasi Pribadi," *Jurnal Muara Ilmu Sosial, Humaniora, dan Seni* 1, no. 2 (February 1, 2018): hlm. 407, <https://doi.org/10.24912/jmishumsen.v1i2.1035>.

Pada bulan Mei 2010, YouTube dilaporkan melayani lebih dari dua miliar video per hari, jumlah yang dianggap "nyaris dua kali lipat penonton primetime di ketiga jaringan televisi terbesar Amerika Serikat". Pada Mei 2011, YouTube melaporkan di blog perusahaannya bahwa situs ini menerima lebih dari tiga miliar kunjungan per hari. Bulan Januari 2012, YouTube menyatakan bahwa jumlah tersebut naik menjadi empat miliar per hari. Bulan Oktober 2010, Hurley menyatakan akan mengundurkan diri dari jabatan CEO YouTube dan menjadi penasihat perusahaan. Salar Kamangar akan mengambil alih kendali perusahaan ini. Pada bulan April 2011, James Zern, seorang teknisi perangkat lunak YouTube, mengungkapkan bahwa 30 persen video di YouTube mewakili 99 persen kunjungan ke situs ini.⁶⁷

Berdasarkan penelitian yang dilakukan oleh hootsuite sangat jelas bahwa Youtube sangat digemari oleh orang-orang di berbagai negara khususnya masyarakat Indonesia di kalangan remaja, kegunaan Youtube menurut yaitu sebagai perantara bagi orang-orang untuk saling berhubungan, memberikan informasi dan menginspirasi orang lain di seluruh dunia, serta sebagai aplikasi pemasaran produk yang dimiliki pengguna youtube bagi pembuat konten maupun iklan, baik yang besar maupun kecil.⁶⁸

Indonesia sebagai pasar potensial industri media digital mengalami peningkatan penggunaan internet dan media sosial secara signifikan dari tahun ke tahun. Efek dari peningkatan tersebut kemudian berimplikasi salah satunya yakni semakin meluasnya fenomena vlogging dan membuatnya semakin populer di Indonesia.⁶⁹

Dilansir dari DataIndonesia.Id tahun 2022, Indonesia memasuki peringkat ketiga besar dalam penggunaan youtube di seluruh dunia dengan memiliki 127 juta pengguna youtube. India menjadi negara

⁶⁷ Edy Chandra, "Youtube, Citra Media Informasi Interaktif Atau Media Penyampaian Aspirasi Pribadi," *Jurnal Muara Ilmu Sosial, Humaniora, dan Seni* 1, no. 2 (February 1, 2018): hlm. 408, <https://doi.org/10.24912/jmishumsen.v1i2.1035>.

⁶⁸ aisyah Farhatunnisya, "Pemanfaatan Video Youtube Dalam Meningkatkan Motivasi Belajar Siswa Insan Litera," n.d., hlm. 110.

⁶⁹ Syahrul Hidayanto, "Youtube-Vlog: Lahirnya Era User-Generated Content Dan Industri Vlog Di Indonesia" 2 (2019): hlm. 22.

dengan pengguna Youtube terbesar di dunia, yakni 467 juta. Amerika Serikat menyusul dengan 240 juta pengguna.⁷⁰

Kedudukan YouTube di Indonesia sebagai fasilitas publikasi konten video terus bertambah. Jumlah jam konten yang diunggah dari Indonesia bertambah lebih dari 2 kali lipat dari tahun ke tahun. Berdasarkan hasil studi, 92% pengguna Indonesia melaporkan YouTube merupakan tujuan awal mereka pada saat mencari konten video. Secara universal, pengguna Indonesia berkomentar kalau YouTube mempermudah mereka dalam mencari konten yang menarik dengan topik yang bermacam- macam.⁷¹

Berdasarkan hasil studi, 94% pengguna Indonesia mengatakan bahwa Youtube merupakan tujuan awal mereka pada saat mencari konten video. Sebanyak 94% pengguna internet berusia 16-64 tahun di Indonesia mengakses YouTube dalam satu bulan terakhir. Persentase tersebut menjadi yang paling tinggi dibandingkan platform lainnya.⁷²

Vlogger YouTube dapat mengambil keuntungan dengan berbagai cara. Salah satunya adalah melalui pendapatan yang dihasilkan dari iklan dalam video mereka dengan program-program seperti program mitra YouTube.⁷³

Berdasarkan data yang dihimpun oleh Social Blade, saluran YouTube asal Indonesia yang mendapatkan subscriber terbanyak adalah Ria Ricis (30,8M subscriber 2,337 upload 5,563,746,542 video views), Atta Halilintar (30,1M subscriber 1,984 upload 4,145,375,234 video views), dan Jess NoLimit (25,9M subscriber 2,009 upload 3,227,502,509).⁷⁴

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.

⁷⁰ Data Indonesia, "Pengguna Youtube Indonesia Terbesar Ketiga di Dunia pada 2022," DataIndonesia.id, accessed January 18, 2023, <https://dataindonesia.id/digital/detail/pengguna-youtube-indonesia-terbesar-ketiga-di-dunia-pada-2022>.

⁷¹ "Perkembangan Youtube Di Indonesia Halaman 1 - Kompasiana.Com," accessed January 26, 2023, <https://www.kompasiana.com/jafar50158/5fb4ea5e8ede48093c6ead83/perkembangan-youtube-di-indonesia>.

⁷² "94% Orang Indonesia Akses YouTube Dalam Satu Bulan Terakhir," accessed January 18, 2023, <https://databoks.katadata.co.id/datapublish/2021/02/17/94-orang-indonesia-akses-youtube-dalam-satu-bulan-terakhir>.

⁷³ Paola Nieto Parra, "YouTube: The Business Model," n.d., hlm. 58.

⁷⁴ "Top 100 YouTubers Channels in Indonesia - Socialblade YouTube Stats | YouTube Statistics," accessed January 25, 2023, <https://socialblade.com/youtube/top/country/id/mostsubscribed>.

d. Fitur Youtube

Berikut adalah fitur fitur youtube:⁷⁵

1. Kualitas dan Format

Berbicara tentang fitur YouTube, awalnya YouTube memiliki video yang ditampilkan pada resolusi piksel 320p (320x240) yang terdengar tidak dapat ditonton oleh kebanyakan orang dengan akses media sosial saat ini. Saat itu video HD tidak dapat diakses, jadi ini adalah langkah pertama untuk kualitas video yang kita nikmati saat ini. Berikut adalah implementasi tentang peningkatan pada resolusi piksel selama bertahun-tahun: Maret 2008, 480p piksel ditambahkan, Desember 2008, 720p didukung, November 2009 1080p juga dikenal sebagai HD ditambahkan, Juli 2010, beberapa video terpilih menjadi terlihat dalam 4K (4096x3072), Maret 2015, 4K menjadi resolusi rata-rata yang dapat ditonton, Juni 2015, resolusi 8K (7680x4320) menjadi resolusi yang dapat ditonton, November 2016, video HDR menjadi didukung.

2. Platform Youtube

Selama bertahun-tahun YouTube juga bercabang dan mulai membuat platform baru seperti YouTube Premium, YouTube TV, YouTube Go, YouTube Stories, YouTube Music dan YouTube Shorts. Platform yang berbeda ini juga merupakan persaingan yang sangat kuat dengan merek media sosial terkenal lainnya seperti misalnya: YouTube Music adalah layanan streaming musik yang berfungsi seperti Spotify atau Apple Music. YouTube Shorts adalah platform yang baru diumumkan yang berfokus pada pembuatan video pendek 15 detik yang sangat mirip dengan platform TikTok yang sukses secara luas.

3. Streaming Lansung

Dalam topik YouTube dan keserbagunaannya yang luar biasa, pada Mei 2013, YouTube memperkenalkan kemungkinan untuk melakukan streaming langsung ke pembuat konten seperti platform streaming Twitch, Mixer dan lainnya.

4. PlatForm

Konten YouTube dapat dilihat di hampir semua platform yang digunakan saat ini. Platform tersebut misalnya: Smartphone,

⁷⁵ Nasser Khleif, "Vaasan Ammattikorkeakoulu," n.d., hlm. 10.

Xbox One, Wii U, Nintendo3DS, PlayStation 4, dan Nintendo Switch adalah yang paling umum disebutkan.

5. Video 2360 Derajat

Pada Januari 2015, Google mengumumkan video 360 Derajat yang didukung di YouTube. YouTube 360 dapat dilihat dari semua headset realitas virtual lainnya. Resolusi 4K streaming langsung juga didukung

6. Kemitraan Konten

YouTube memperkenalkan program di seluruh dunia dengan pembuat kreasi yang rekamannya menghasilkan efek sosial yang positif.

7. Pendapatan

Berbicara tentang fitur YouTube, sangat penting untuk menyebutkan pendapatan. Pada bulan Mei 2007, YouTube meluncurkan Program Partner YouTube atau YPP, sebuah kerangka kerja di AdSense yang memungkinkan pengupload video untuk berbagi pendapatan yang dihasilkan dengan mempromosikan di situs. Sistem pendapatan dibagi sehingga The Creator sendiri mendapatkan 55 persen dari pendapatan dan YouTube mengambil 45 persen. Di moment ada lebih dari satu juta pembuat konten yang hidup dari program mitra yang merupakan jumlah yang sangat besar dan tanggung jawab besar untuk YouTube. Ini juga dilengkapi dengan pembatasan. Seiring waktu, YouTube menyadari bahwa itu bukan cara yang paling efisien untuk membantu creators tumbuh dan mengubah sistem untuk membutuhkan 10,000 tampilan seumur hidup untuk subskrip berbayar. Jika sistem itu masih ada, saluran saya akan dapat memerlukan langganan berbayar karena telah jauh mencapai lebih dari 10,000 tampilan. Namun sejak Januari 2018, persyaratan kelayakan untuk monetisasi diubah menjadi 4.000 jam waktu tonton dalam 12 bulan terakhir dan 1.000 pelanggan yang belum saya capai.

Youtube memiliki fitur yang memungkinkan penonton dapat melakukan interaksi dengan Content Creator seperti, like, dislike, view dan komentar yang memungkinkan penonton untuk memberikan komentar dengan sentimen positif atau negatif. Fitur-

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.

fitur yang memiliki pengaruh dapat dimanfaatkan untuk meningkatkan jumlah subscribers sehingga diperlukan analisis untuk mengetahui fitur-fitur yang dapat mempengaruhi jumlah subscribers dan sistem klasifikasi sentimen otomatis agar proses klasifikasi komentar jadi lebih mudah.⁷⁶

Aplikasi sosial media YouTube banyak dimanfaatkan oleh para creator untuk memposting konten berupa video yang mereka buat. YouTube juga dapat digunakan sebagai lapak mempromosikan sebuah produk, memposting film, dan lain sebagainya. Kelebihan dan kekurangan yang ada pada aplikasi sosial media YouTube. Kelebihan dari YouTube yaitu bisa melihat dan mengupload video, mendownload setiap video, dapat belajar streaming banyak video bermanfaat dan dapat memilih kualitas video yang akan ditonton. Sedangkan kelemahan dari YouTube adalah bisa disalahgunakan penggunaannya, banyak informasi yang menyesatkan, banyak negara yang memblokir YouTube karena memberikan konten yang terlalu bebas seperti video pornografi dan video tidak berguna lainnya. Sehingga dari kelemahan ini diharapkan agar pengguna YouTube lebih cerdas lagi dalam memilih konten video yang akan ditonton.⁷⁷

e. Youtube For News

Dalam sebuah studi dari New York Times, Usher tahun 2014 mengungkapkan bahwa berita online telah membawa budaya secepatnya (sesegera mungkin), di mana jurnalis "hidup di dunia dengan tekanan konstan untuk menghasilkan berita".⁷⁸

Bagi jurnalis, media sosial dapat memenuhi fungsi yang berbeda pada saat yang bersamaan. Canter menemukan bahwa, sementara organisasi berita sangat tertarik dengan media sosial sebagai platform untuk memasarkan konten berita mereka, meningkatkan lalu lintas ke

⁷⁶ Meliyana Rahayu Yoanita, Hendry Setiawan, and Paulus Lucky Tirna Irawan, "Analisis Fitur-Fitur Yang Mempengaruhi Jumlah Subscribers Youtube Menggunakan Algoritma Naive Bayes Classifier," *Smatika Jurnal* 10, no. 01 (June 30, 2020): hlm. 36, <https://doi.org/10.32664/smatika.v10i01.446>.

⁷⁷ I Putu Hendika Permana, "Analisis Rasio Pada Akun Youtube Untuk Penelitian Kualitatif Menggunakan Metode Ekploratif," *Jurnal Ilmiah Media Sisfo* 15, no. 1 (April 28, 2021): hlm. 41, <https://doi.org/10.33998/mediasisfo.2021.15.1.970>.

⁷⁸ Andreas Widholm, "Tracing Online News in Motion: Time and Duration in the Study of Liquid Journalism," *Digital Journalism* 4, no. 1 (January 2, 2016): hlm. 27, <https://doi.org/10.1080/21670811.2015.1096611>.

situs web mereka, dan memperkuat hubungan pelanggan, jurnalis individual menggunakan pendekatan yang lebih informal dan pribadi: daripada mempromosikan tautan ke artikel yang mereka terbitkan, mereka terutama menggunakan media sosial untuk membicarakan apa yang sedang mereka kerjakan, berbagi opini dan ide, atau untuk liveblogging.⁷⁹

Secara khusus, Jurnalisme menjadi semakin visual, tidak diragukan lagi merupakan hasil dari pengaruh Web yang semakin besar dan, sebagai bagian dari tren ini, selain harus menanggapi tekanan bersamaan lainnya (termasuk, visibilitas web, format baru, dan cara navigasi baru), media arus utama telah mulai meluncurkan saluran di Youtube. Dengan menggunakan saluran video ini, media telah memperoleh platform tambahan untuk menyebarkan produksi jurnalistik mereka. Namun, dalam memilih untuk melakukannya, jurnalisme perlu mengidentifikasi praktik terbaik untuk memastikan produksi audiovisualnya terhubung dengan audiens targetnya. Strategi seperti itu tampaknya penting jika kita mengingat pentingnya Youtube sebagai sumber informasi bagi banyak orang. Buktinya adalah saat ini peringkatnya sebagai mesin pencari paling banyak digunakan kedua di dunia, setelahnya Google.⁸⁰

Studi terbaru menemukan peningkatan dalam menonton video online terlebih lagi bagi organisasi berita, orang menonton lebih banyak video online dan video tersebut cenderung menjadi video berita. Berita adalah genre yang paling populer untuk semua tidak kecuali dewasa atau muda. Berita juga merupakan kategori video dengan pertumbuhan yang cepat dilihat secara online menurut burst media. Penggunaan online tidak hanya mengkonsumsi video, mereka juga membuatnya. 13% dari mereka yang melihat video online juga telah Mengunggah video menurut view internet.⁸¹

⁷⁹ Steve Paulussen and Raymond A. Harder, "Social Media References in Newspapers: Facebook, Twitter and YouTube as Sources in Newspaper Journalism," *Journalism Practice* 8, no. 5 (September 3, 2014): hlm. 1, <https://doi.org/10.1080/17512786.2014.894327>.

⁸⁰ Carlos Lopezosa, Enrique Orduna-Malea, and Mario Pérez-Montoro, "Making Video News Visible: Identifying the Optimization Strategies of the Cybermedia on YouTube Using Web Metrics," *Journalism Practice* 14, no. 4 (April 20, 2020): hlm. 2, <https://doi.org/10.1080/17512786.2019.1628657>.

⁸¹ Limor Peer and Thomas B. Ksiazek, "Youtube And The Challenge To Journalism: New Standards for News Videos Online," *Journalism Studies* 12, no. 1 (February 2011): hlm. 47, <https://doi.org/10.1080/1461670X.2010.511951>.

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.

Tanpa peralatan yang kompleks dan biaya yang besar, dengan akses internet, seseorang dapat membuat akun media sosial, serta menyebarkan gagasan gagasannya ke banyak orang, menyebarluaskan konten yang mereka buat, seluas mungkin di dunia siber. Media digital yang dapat dikatakan telah melahirkan proses-proses penyebaran pengetahuan yang sangat luas, serta menghubungkan pihak satu dengan pihak lain tanpa terbatas oleh ruang waktu, ternyata juga turut memunculkan beragam bentuk tindak kriminalitas yang belum pernah ada sebelumnya. Keran informasi yang terbuka lebar tidak hanya menyebarkan konten yang bersifat positif, dan bermanfaat, namun juga beragam informasi dan konten yang bersifat negative.⁸²

Effektifitas penggunaan media sosial sebagai diseminasi informasi pada dasarnya memberikan pengaruh besar pada pengetahuan dan pemahaman masyarakat. Pada kaitan ini, masyarakat harus cermat dan teliti dalam menganalisis setiap informasi yang ia terima agar tidak terpengaruh pada informasi yang mengandung unsur paham radikalisme. Masyarakat harus hati-hati dan mampu menyikapi dengan bijak agar tidak mudah terpengaruh dari informasi-informasi yang disebarkan melalui media sosial.⁸³

2.2.3 Diseminasi Berita

a. Definisi Diseminasi Berita

Diseminasi adalah suatu kegiatan yang ditujukan kepada kelompok target atau individu agar mereka memperoleh informasi, sehingga timbul kesadaran, menerima, dan akhirnya memanfaatkan informasi tersebut. Istilah umumnya yang digunakan sebagai sinonim dari “penyebaran”.⁸⁴

⁸² Detta Rahmawan, Jimi Narotama Mahameruaji, and Preciosa Alnashava Janitra, “Potensi Youtube Sebagai Media Edukasi Bagi Anak Muda,” *Edulib* 8, no. 1 (July 24, 2018): hlm. 84, <https://doi.org/10.17509/edulib.v8i1.11267>.

⁸³ Zubaedi Zubaedi, Prio Utomo, and Ahmad Abas Musofa, “Perilaku Sosial Masyarakat Bengkulu terhadap Penggunaan Media Sosial sebagai Diseminasi Informasi, Bimbingan Pribadi-Sosial dan Deradikalisasi,” *Indonesian Journal of Community Services* 3, no. 2 (November 28, 2021): hlm. 195, <https://doi.org/10.30659/ijocs.3.2.193-202>.

⁸⁴ Rachmawaty Djaffar, “Di Kabupaten Takalar Dan Barru” 21 (n.d.): hlm. 74.

Sedang pengertian berita menurut Kamus Besar Bahasa Indonesia KBBI adalah cerita atau Keterangan mengenai kejadian atau peristiwa yang hangat berita haruslah sesuai dengan kenyataan yang ada tidak dibuat-buat atau fiktif dan terbaru atau terkini.⁸⁵ Berita adalah kumpulan informasi berupa teks, ucapan maupun gambar yang dibutuhkan oleh manusia untuk menambah dan memperbaharui wawasan atau informasi yang dimilikinya.⁸⁶

Berita adalah laporan peristiwa terbaru. Tidak semua peristiwa layak dilaporkan hanyalah peristiwa yang memenuhi kriteria yaitu yang mengandung nilai berita. Sedangkan berita, menurut Doug Newson dan James A. Wollert berita adalah apa saja yang ingin dan perlu diketahui orang atau lebih luas lagi oleh masyarakat.⁸⁷

Jamanti menyatakan bahwa berita merupakan suatu fakta atau ide atau opini aktual yang menarik dan akurat serta dianggap penting bagisejumlah besar pembaca, pendengar maupun penonton. Masyarakat atau khalayak membutuhkan berita untuk mengetahui informasi yang dibutuhkan ataupun mengetahui langkah yang harus dilakukan dalam menyikapi suatu berita.⁸⁸

Namun sebagai masyarakat yang memerlukan berita, kita harus berhati hati dengan berita Hoax. Berita palsu (hoax) adalah artikel berita yang sengaja dibuat untuk menyesatkan pembaca. Ada dua motivasi utama yang menyebabkan beredarnya berita palsu. Pertama adalah uang, artikel berita seolah-olah menjadi virus di media sosial yang dapat menarik pendapatan iklan yang signifikan saat pengguna mengeklik situs aslinya. Hal ini tampaknya menjadi motivasi utama sebagian besar produsen berita palsu yang identitasnya telah terungkap. Motivasi kedua adalah ideologis. Beberapa penyedia

⁸⁵ Abdul Rasyid and Ahmad Tamrin Sikumbang, *Membongkar Kebohongan ISIS Melalui Berita* (Jawa Timur: Academia Publication, 2022), hlm. 24.

⁸⁶ Untung Rahardja, Ninda Lutfiani, and Resti Rahmawati, "Persepsi Mahasiswa Terhadap Berita Pada Website APTISI," *SISFOTENIKA* 8, no. 2 (July 30, 2018): hlm. 119, <https://doi.org/10.30700/jst.v8i2.400>.

⁸⁷ Christiany Juditha, "News Accuracy in Online Journalism" 16, no. 3 (n.d.): hlm. 174.

⁸⁸ Eko Purnomo and Agus Budi Wahyudi, "Elemen Berita dalam Wacana Jurnalisme Warga," *Komuniti: Jurnal Komunikasi dan Teknologi Informasi* 12, no. 2 (January 22, 2021): hlm. 83, <https://doi.org/10.23917/komuniti.v12i2.10800>.

berita palsu berusaha untuk memajukan kandidat yang mereka sukai.⁸⁹

Terkait kanal berita abal-abal yang sering di share netizen di media sosial, Kementerian Kominfo sudah melakukan tindakan pemblokiran kepada situs berita yang menyebarkan hoax. Pemblokiran terhadap situs berita adalah upaya pemerintah untuk meminimalisasi penyebaran berita palsu (hoax) dan memberikan informasi yang valid dan akurat yang diterima masyarakat. Meski demikian, hal ini belum sepenuhnya berhasil dan masih terus dilakukan oleh pemerintah. Pemerintah saat ini tengah melakukan langkah-langkah konstruktif dan proaktif untuk menanggulangi penyebaran berita palsu (hoax) di media sosial.⁹⁰

b. Bentuk Bentuk Diseminasi Berita

Pada umumnya berita harus memenuhi persyaratan atau aturan sebagai berikut:⁹¹

1. Elit kekuasaan: Cerita tentang individu, organisasi, atau institusi yang berkuasa.
2. Selebriti: Cerita tentang orang-orang yang sudah terkenal.
3. Hiburan: Cerita tentang seks, bisnis pertunjukan, minat manusia, hewan, drama yang sedang berlangsung, atau menawarkan kesempatan untuk perlakuan lucu, foto yang menghibur, atau tajuk utama yang jenaka.
4. Kejutan: Cerita yang memiliki unsur kejutan dan/atau kontras.
5. Berita buruk: Cerita dengan nuansa negatif, seperti konflik atau tragedi.
6. Kabar baik: Cerita dengan nuansa positif, seperti penyelamatan dan penyembuhan.
7. Magnitude: Cerita yang dianggap cukup signifikan baik dalam jumlah orang yang terlibat maupun potensi dampaknya.

⁸⁹ Ricky Firmansyah, "Web Klarifikasi Berita Untuk Meminimalisir Penyebaran Berita Hoax," n.d., hlm. 231.

⁹⁰ Budi Prayitno, "Langkah Pemerintah Menangkal Diseminasi Berita Palsu," *Jurnal Wacana Kinerja: Kajian Praktis-Akademis Kinerja dan Administrasi Pelayanan Publik* 20, no. 2 (May 7, 2018): hlm. 19, <https://doi.org/10.31845/jwk.v20i2.19>.

⁹¹ Tony Harcup and Deirdre O'Neill, "What Is News?: News Values Revisited (Again)," *Journalism Studies* 18, no. 12 (December 2, 2017): hlm. 2, <https://doi.org/10.1080/1461670X.2016.1150193>.

8. Relevansi: Cerita tentang isu, kelompok, dan negara yang dianggap relevan bagi audiens.
9. Tindak lanjut: Cerita tentang subjek yang sudah ada di berita.
10. Agenda surat kabar: Cerita yang mengatur atau menyesuaikan dengan agenda organisasi berita itu sendiri.

c. Pemfaatan Teknologi untuk Diseminasi Berita

Kecepatan informasi di media sosial kini tampak sudah menggantikan peranan media massa konvensional dalam menyebarkan berita.⁹² Kini penyebaran informasi dan berita telah beralih ke media online, hal ini disebabkan karena semakin berkembangnya teknologi informasi di dunia hingga sampai ke Indonesia. Perkembangan teknologi di Indonesia adalah bentuk upaya modernisasi agar bangsa ini tetap mengikuti perkembangan zaman, dan juga tidak dapat dipungkiri perkembangan teknologi tersebut membawa banyak kemudahan bagi negara Indonesia. Salah satu contoh perkembangan teknologi tersebut adalah internet yang mulai marak di Indonesia, serta kemunculan smartphone atau ponsel pintar yang dengan mudah mengakses internet dalam genggamannya karena ponsel ini selain berfungsi sebagai alat komunikasi, juga berfungsi dalam penyebaran informasi yang ada di internet.⁹³

Media online adalah media baru yang tersaji secara online di internet. Bentuk dari media online ini berupa gabungan telekomunikasi dan multimedia, yang termasuk dalam kategori media online adalah portal internet, situs website seperti blog dan media sosial (youtube, imstagram, twitter, dsb).⁹⁴

Media online juga adalah produk jurnalistik dan dinobatkan sebagai “generasi ketiga” setelah media cetak yaitu koran, majalah, buku, katalog dan media elektronik yakni radio dan televisi. Media cetak hanya menjadi pilihan kelima masyarakat untuk mendapatkan informasi dengan penetrasi sebesar 8%. "Urutan pertama ditempati

⁹² Asep Syamsul M. Romli, *Jurnalistik Online Panduan Mengelola Media Online* (Bandung: Nuansa Cendekia, 2018), hlm. 180.

⁹³ Chontina Siahaan, Jeniati Artauli Tampubolon, and Nova Betriani Sinambela, “Diseminasi Informasi Melalui Media Online Sebagai Transformasi Media Konvensional,” *Jurnal Signal* 9, no. 2 (December 31, 2021): hlm. 323, <https://doi.org/10.33603/signal.v9i2.6288>.

⁹⁴ Siahaan, Tampubolon, and Sinambela, “Diseminasi Informasi Melalui Media Online Sebagai Transformasi Media Konvensional.”

televisi dengan 96%, diikuti papan iklan di jalanan 52%, penggunaan internet sebesar 43% dan radio sebanyak 37%," kata Executive Director Nielsen Media Hellen Katherina.⁹⁵

Malik dan Shapir mengatakan jurnalisme digital bisa dikenali dari beberapa pola, yakni adanya keterlibatan yang interaktif, kolaborasi antara wartawan dan penulisnya, ada kesatuan publikasi sebagai implikasi dari multimedia, ada dampak yang lebih terasa dari pola penyebaran konten yang lebih luas, serta jangkauan yang lebih global karena faktor terhubung dengan jaringan internet.⁹⁶

2.2.4 Bertuah Pos

PT Citra Media Bertuah adalah perusahaan media dan komunikasi (Citra Media Bertuah) di Indonesia yang salah satu bidang kelola utama ialah media online, Portal Berita dan Bisnis (bertuahpos.com). Bertuah pos hadir sebagai segmen pembaca Indonesia dan terkhususnya Provinsi Riau. Untuk memenuhi harapan tersebut, hampir 50 persen konten media bertuah pos bernafaskan dunia ekonomi bisnis. Baik itu yang berkaitan dengan Finance, Marketing, Market and Shopping, Travelling, Retail and SMEs, Property, Lifestyle, Profile UKM, Good Shopper, Konsultasi Bisnis, Starbiz, Kolom Bisnis, Public Service, Otomotif, Teknologi dan beberapa fitur unik lainnya. Sedangkan 50 persen lagi berupa informasi penting yang bersifat umum. Untuk mencapai publikasi yang optimal, Bertuah pos memanfaatkan platform media sosial untuk menjangkau lebih banyak lagi pembaca, dengan demikian sajian informasi berkualitas. Bertuah pos berkomitmen penuh untuk menjadi media lokal dengan konten berkualitas dan menerapkan prinsip brand safety (Trusted News).⁹⁷

Bertuahpos.com merupakan salah satu media daring yang sudah terverifikasi administrasi dan faktual oleh Dewan Pers. Berita ekonomi menjadi penting karena pada hakikatnya kehidupan manusia di cengkeram oleh kehidupan ekonomi. Hal ini yang kemudian mendasari Bertuahpos.com untuk menjadi media yang berperan dalam perkembangan ekonomi bisnis Indonesia. Bertuahpos.com ingin menjadi media yang

⁹⁵ "Transformasi Bisnis Media di Era Digital Terus Bergulir - Manajemen Katadata.co.id," December 9, 2020, <https://katadata.co.id/ekarina/brand/5fcfc332efab0/transformasi-bisnis-media-di-era-digital-terus-bergulir>.

⁹⁶ Ashari, "Jurnalisme Digital," hlm. 6.

⁹⁷ "Profil," *BertuahPos* (blog), May 4, 2019, <https://bertuahpos.com/profil>.

menyajikan informasi yang dibutuhkan dan sangat dekat dengan masyarakat. Fokus berita pada Bertuahpos.com sendiri adalah berita ekonomi dan bisnis. Pada kenyataannya wartawan bisnis tidak bisa selalu mengandalkan berita mengenai ekonomi dan bisnis, ini dikarenakan berita bisnis yang tidak selalu terjadi setiap saat, seperti harga sembako yang tidak selalu naik atau turun, inflasi dan deflasi yang tidak bisa diketahui setiap saat dan lainnya yang bersangkutan dengan ekonomi dan bisnis yang terjadi disaat tertentu saja. Untuk tetap memenuhi kebutuhan informasi mengenai ekonomi dan bisnis, Bertuahpos.com berusaha menyelipkan informasi-informasi mengenai ekonomi dan bisnis di berita lainnya seperti lifestyle dan kuliner.⁹⁸

Berdasarkan URLWebsite.com Estimasi data Bertuah pos saat juli 2023 sekitar 1,461 pengunjung harian, 43.139 pengunjung bulanan, 533.560 pengunjung tahunan dengan 5.843 tampilan harian, 172.544 tampilan bulanan, dan 2.134.112 tampilan tahunan serta Rp. 245.406.000 penghasilan harian, Rp. 7.246.839.18 penghasilan bulanan dan Rp. 89.632.700.96 penghasilan tahunan.⁹⁹

2.3 Kerangka Pemikiran

Kerangka pemikiran merupakan uraian secara ringkas teori yang digunakan dan cara menggunakan teori tersebut dalam menjawab pertanyaan penelitian.¹⁰⁰ Kerangka pemikiran ini bersifat operasional yang diturunkan dari satu atau beberapa teori yang akan didudukkan masalah penelitian yang diidentifikasi dalam kerangka teoritis yang relevan dan mampu mengungkap, menerangkan serta menunjukkan perspektif terhadap masalah penelitian.

Untuk meningkatkan efisiensi dari sebuah perusahaan, antara lain mengurangi beban biaya komunikasi serta dapat juga mengurangi biaya riset karena sosial media memudahkan untuk melakukan survey langsung kepada konsumen dan mendapatkan masukan langsung dari konsumen. Berhubungan dengan itu Bertuah pos perlu memanfaatkan media media baru atau media sosial. Adapun kajian yang

⁹⁸ Ismandianto Ismandianto, Tutut Ismi Wahidar, and Nur Devitriana, "Nilai Berita Pada Pemberitaan Bisnis Portal Bertuahpos.Com," *Medium* 9, no. 2 (January 6, 2022): hlm. 137, [https://doi.org/10.25299/medium.2021.vol9\(2\).7911](https://doi.org/10.25299/medium.2021.vol9(2).7911).

⁹⁹ rifqimulyawan.com, "Harga Situs Website," accessed January 26, 2023, <https://urlwebsite.com/id/cost/bertuahpos.com>.

¹⁰⁰ Cik Hasan Bisri, *Penuntun penyusunan rencana penelitian dan penulisan skripsi: bidang ilmu agama Islam* (Jakarta: Rajawali, 2008), hlm. 43.

berkaitan dengan pemanfaatan media sosial Youtube dalam penyebaran berita atau informasi oleh Bertuah Pos yang merupakan sebuah sarana yang digemari oleh banyak orang karena dianggap sangat banyak membantu masyarakat dalam mendapatkan informasi atau berita berita dengan cepat dan mudah.

© Hak cipta milik UIN Suska Riau

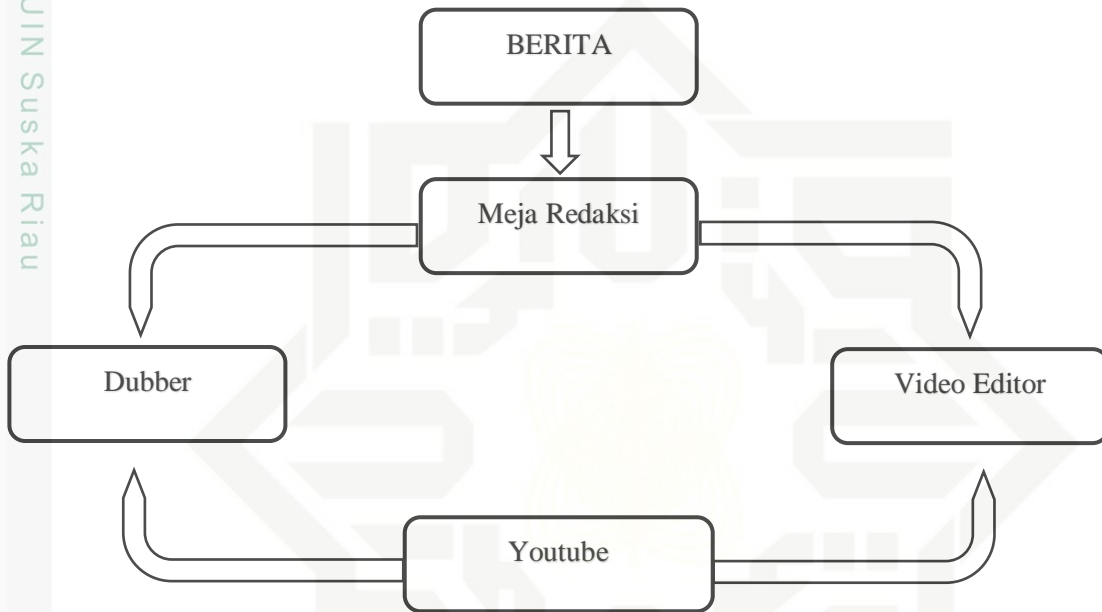
State Islamic University of Sultan Syarif Kasim Riau

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.



Bagan 1. Kerangka Pemikiran



Sumber: Olahan Peneliti

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.

BAB III

METODOLOGI PENELITIAN

3.1 Jenis dan Pendekatan Penelitian

Jenis penelitian ini adalah pendekatan deskriptif kualitatif, yakni penelitian yang temuan-temuannya tidak diperoleh melalui prosedur statistik atau hitungan lainnya. Bigdan dan Taylor mendefinisikan metodologi sebagai mekanisme penelitian yang menghasilkan data deskriptif berupa kata-kata, baik itu tertulis atau lisan dari orang-orang dan perilaku yang dapat diamati oleh peneliti.

Menurut singa rimbun dalam andreas denifisi metodologi kuantitatif sebagai prosedur penelitian yang menghasilkan data deskriptif berupa kata kata tertulis atau lisan dari orang-orang dan prilaku yang dapat diamati.¹⁰¹

3.2 Lokasi dan Waktu Penelitian

1. Lokasi Penelitian

Lokasi penelitian ini adalah di Kantor PT. Citra Media Betuah yang beralamat di jalan Pepaya nomor 40 C, Jadirejo, Sukajadi, kota Pekanbaru, Riau.

2. Waktu Penelitian

Penelitian berlangsung kurang lebih sebulan, dimulai pada Senin tanggal 19 juni 2023.

3.3 Sumber Data Informan Penelitian

Sutopo menjelaskan bahwa sumber data merupakan tempat data yang dapat diperoleh dengan menggunakan metode tertentu baik berupa manusia, artefak, ataupun dokumen-dokumen sebagai sumber informasi. Menurut Moleong, pencatatan sumber data melalui wawancara atau pengamatan yang merupakan hasil dari gabungan antara kegiatan melihat, mendengar, dan bertanya. Pada penelitian kualitatif, segala kegiatan-kegiatan ini dilakukan secara sadar, terarah dan senantiasa bertujuan untuk memperoleh suatu informasi yang nantinya diperlukan.¹⁰²

Sumber data terbagi menjadi dua yaitu data primer dan data sekunder. Data primer adalah data yang diperoleh peneliti secara langsung (dari tangan pertama)

¹⁰¹ Moh Rusdi, "Strategi Pemasaran untuk Meningkatkan Volume Penjualan pada Perusahaan Genting UD. Berkah Jaya," *Jurnal Studi Manajemen dan Bisnis* 6, no. 2 (December 6, 2019): hlm. 52, <https://doi.org/10.21107/jsmb.v6i2.6686>.

¹⁰² Lexy J. Meleong, *Metologi Penelitian Kualitatif* (Bandung: PT Remaja Rosdakarya, 1989), hlm. 112.

dilokasi penelitian atau objek penelitian, sementara data sekunder adalah data yang diperoleh peneliti dari sumber yang sudah ada. Untuk mendapatkan data-data yang diperlukan nanti dalam penelitian ini, maka penulis menggunakan sumber data yang sudah lazim digunakan serta dimanfaatkan dalam penelitian kualitatif ini adalah sebagai berikut:

1. Sumber Data Primer

Sumber data primer merupakan data yang diperoleh langsung dari sumber asli atau tidak melalui media, sumber data primer dapat berupa opini subjek atau orang secara individu atau kelompok. Data primer biasanya diperoleh dengan survei lapangan yang menggunakan semua metode pengumpulan data orisinal. Selanjutnya data primer dapat didefinisikan sebagai data yang dikumpulkan dari sumber-sumber asli.¹⁰³

Data primer dalam penelitian ini adalah hasil wawancara penulis dengan informan-informan terkait yang penulis anggap paham mengenai topik penelitian ini.

2. Sumber Data Sekunder

Data sekunder merupakan data yang diperoleh dalam bentuk sudah jadi atau tersedia melalui publikasi dan informasi yang dikeluarkan di berbagai organisasi atau pemerintah. Data sekunder pada penelitian ini didapatkan dari dokumen arsiparsip yang ada di kantor PT. Citra Media Bertuah. Menurut Moelong, sumber data kualitatif adalah keterampilan yang berupa kata-kata lisan atau tertulis yang dicermati oleh peneliti, dan benda-benda yang diamati sampai detailnya agar dapat ditangkap maknanya yang tersirat dalam dokumen atau bendanya.

Untuk informan pada penelitian ini adalah subjek yang memahami informasi objek penelitian sebagai pelaku ataupun orang lain. Informan dari penelitian ini yaitu Muhammad Junaidi S.Kom, M.I.Kom selaku Pimpinan Perusahaan di PT. Citra Media Bertuah, Melba Ferry Fadly selaku Tim Redaksi bertuahpos.com, Maryo Sanjaya Adiputra sebagai Devisi It dan Media Sosial Bertuah.pos serta dua orang wartawan bertuah pos yaitu Harry Jummaulana dan Herry.

¹⁰³ Edy Suandi Hamid and Y. Sri Susilo, "Strategi Pengembangan Usaha Mikro Kecil Dan Menengah Di Provinsi Daerah Istimewa Yogyakarta*," *Jurnal Ekonomi Pembangunan: Kajian Masalah Ekonomi dan Pembangunan* 12, no. 1 (May 2, 2015): hlm. 48, <https://doi.org/10.23917/jep.v12i1.204>.

3.4 Teknik Pengumpulan Data

Menurut Maryadi dkk, Teknik pengumpulan data yang digunakan dalam penelitian kualitatif adalah teknik yang memungkinkan diperolehnya data detail dengan jangka waktu yang relatif lama. Sedangkan Sugiyono, teknik pengumpulan data merupakan langkah yang paling strategis sebelum memulai untuk melakukan penelitian, karena tujuan utama dari penelitian adalah mendapatkan data.

Pengumpulan data merupakan teknik yang dapat digunakan oleh para peneliti untuk mendapatkan data yang akan diperlukan dari informan dengan memerlukan banyak waktu dalam pelaksanaannya. Metode yang digunakan untuk mendapatkan data serta informasi sebagai bahan utama yang objektif dan relevan.¹⁰⁴

Teknik pengumpulan data dalam penelitian kualitatif adalah dengan melakukan observasi, wawancara, dan studi dokumentasi.¹⁰⁵

3.1.1 Observasi

Observasi yang dilakukan dalam penelitian ini adalah pengamatan yang mengharuskan peneliti turun ke lapangan mengamati hal-hal yang berkaitan dengan ruang, tempat, pelaku, kegiatan, waktu, peristiwa, tujuan, dan perasaan.

Denzin & Lincoln mengutip pendapat Gardner (1988), menyebutkan bahwa observasi kualitatif digunakan untuk memahami latar belakang dengan fungsi yang berbeda antara yang obyektif, interpretatif interaktif, dan interpretatif grounded. Observasi kualitatif bebas meneliti konsep konsep dan kategori pada setiap peristiwa selanjutnya memberi makna pada subjek penelitian atau amatan. Babbie menyebutkan bahwa observasi kualitatif memiliki kekuatan pada aspek spesifikasi, proses peniruan, dan generalisasinya.

Observasi pada konsep pengalaman dapat muncul secara tiba-tiba, mendasarkan pada gejala-gejala umum, kejadian atau fenomena sosial, pola-pola, dan tipe perilaku tertentu. Observasi merupakan langkah awal menuju fokus perhatian lebih luas yaitu observasi partisipan, hingga observasi hasil praktis sebagai sebuah metode dalam kapasitasnya sendiri-sendiri. Observasi ini dapat dilacak pada kemapanan akar teoretis metode

¹⁰⁴ Sugiyono, *Memahami Penelitian Kualitatif*, 10th ed. (Bandung: Alfabeta, 2014), hlm. 62.

¹⁰⁵ Ditha Prasanti, "Penggunaan Media Komunikasi Bagi Remaja Perempuan Dalam Pencarian Informasi Kesehatan," *Lontar: Jurnal Ilmu Komunikasi* 6, no. 1 (June 30, 2018): hlm. 17, <https://doi.org/10.30656/lontar.v6i1.645>.

interaksionis simbolik, karena dalam mengumpulkan data, peneliti sekaligus dapat berinteraksi dengan subjek penelitiannya.¹⁰⁶

3.1.2 Wawancara

Wawancara merupakan bentuk pengumpulan data yang paling sering digunakan dalam penelitian kualitatif.¹⁰⁷ Wawancara yaitu teknik pengumpulan data dengan pertemuan yang langsung direncanakan antara pewawancara dan diwawancarai untuk memberikan/menerima informasi tertentu. Menurut Moleong dalam buku yang dsiulis Dr. Mamik wawancara adalah kegiatan percakapan dengan maksud tertentu yang dilakukan oleh kedua belah pihak yaitu pewawancara dan yang diwawancarai.

Sebagai sebuah metode dalam penelitian kualitatif, teknik wawancara memiliki beberapa karakteristik yang menjadi tantangan tersendiri dalam penelitian, terutama terkait lemahnya justifikasi ukuran sampel (jumlah wawancara) dan kurangnya rehabilitas (keandalan) dari hasil penelitian. Selain itu, analisis data wawancara juga sangat bergantung pada kecakapan peneliti yang terlibat dalam mengelola dan menganalisis data yang tersedia. Dengan demikian, sifat analisis menjadi subjektif dan dapat menghasilkan temuan yang kurang konsisten (kurang andal).¹⁰⁸

Wawancara dilakukan peneliti dengan alasan agar peneliti mampu mengajukan pertanyaan dengan bertatap muka langsung pada partisipan. Dengan penggunaan teknik wawancara, partisipan juga lebih bisa menyampaikan informasi secara langsung sehingga peneliti mampu mendapatkan jawaban lebih rinci dari pertanyaan-pertanyaan yang diajukan peneliti kepada partisipan.¹⁰⁹

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.

¹⁰⁶ Hasyim Hasanah, "Teknik-Teknik Observasi (Sebuah Alternatif Metode Pengumpulan Data Kualitatif Ilmu-ilmu Sosial)," *At-Taqaddum* 8, no. 1 (January 5, 2017): hlm. 23, <https://doi.org/10.21580/at.v8i1.1163>.

¹⁰⁷ Imami Nur Rachmawati, "Pengumpulan Data Dalam Penelitian Kualitatif: Wawancara," *Jurnal Keperawatan Indonesia* 11, no. 1 (March 24, 2007): hlm. 35, <https://doi.org/10.7454/jki.v11i1.184>.

¹⁰⁸ Seng Hansen, "Investigasi Teknik Wawancara Dalam Penelitian Kualitatif Manajemen Konstruksi," *Jurnal Teknik Sipil* 27, no. 3 (December 26, 2020): hlm. 284, <https://doi.org/10.5614/jts.2020.27.3.10>.

¹⁰⁹ Zhahara Yusra, Ruffran Zulkarnain, and Sofino Sofino, "Pengelolaan Lkp Pada Masa Pandemi Covid-19," *Journal Of Lifelong Learning* 4, no. 1 (June 9, 2021): 15–22, <https://doi.org/10.33369/joll.4.1.15-22>.

Teknik wawancara memiliki kelebihan sebagai bentuk instrument penelitian. Adapapun keunggulan teknik wawancara adalah:¹¹⁰

- a. Peneliti memiliki peluang atau kesempatan memperoleh respon atau jawaban yang relatif tinggi dari responden.
- b. Peneliti dapat membantu menjelaskan lebih, jika ternyata responden mengalami kesulitan menjawab yang diakibatkan ketidak jelasan pertanyaan.
- c. Peneliti dapat mengontrol jawaban responden secara lebih teliti dengan mengamati reaksi atau tingkah laku yang diakibatkan oleh pertanyaan dalam proses wawancara.
- d. Peneliti dapat memperoleh informasi yang tidak dapat diungkapkan dengan cara kuesioner ataupun observasi.

3.1.3 Studi Dokumentasi

Hal ini merupakan bukti unik dalam studi kasus yang tidak ditemui dalam interview dan observasi. Sumber ini merupakan sumber data yang dapat digunakan untuk mendukung data dari observasi dan interview. Selain itu, telaah terhadap catatan organisasi dapat memberikan data tentang konteks historis setting organisasi yang diteliti. Sumber datanya dapat berupa catatan administrasi, surat-menyurat, memo, agenda dan dokumen lain yang relevan.¹¹¹

Dokumentasi adalah teknik yang digunakan dalam penelitian dengan cara mengumpulkan foto-foto yang mendukung dan berhubungan dengan fenomena penelitian. Menurut Bungin, “metode dokumenter adalah salah satu metode pengumpulan data yang digunakan dalam metodologi penelitian sosial untuk menelusuri data historis”. Sedangkan Sugiyono menyatakan bahwa dokumen merupakan catatan peristiwa yang sudah berlalu berbentuk tulisan, gambar, atau karya-karya monumental dari seseorang”.¹¹²

¹¹⁰ Hamni Fadlilah Nasution and M Pd, “Instrumen Penelitian Dan Urgensinya Dalam Penelitian Kuantitatif,” n.d., hlm. 69.

¹¹¹ Muhammad Rijal Fadli, “Memahami desain metode penelitian kualitatif” 21, no. 1 (2021): hlm. 41.

¹¹² Natalina Nilamsari, “Memahami Studi Dokumen Dalam Penelitian Kualitatif,” 2014, hlm. 178.

3.5 Validasi Data

Pengujian validitas dan reliabilitas pada penelitian kualitatif disebut dengan pemeriksaan keabsahan data. Formulasi pemeriksaan keabsahan data menyangkut kriteria derajat kepercayaan, keteralihan, kebergantungan, dan kepastian. Dari empat kriteria tersebut, pendekatan kualitatif memiliki delapan teknik pemeriksaan data, yaitu perpanjangan keikut-sertaan, ketekunan pengamatan, triangulasi, pengecekan sejawat, kecukupan referensi, kajian kasus negatif, pengecekan anggota, dan uraian rinci.¹¹³

Validasi data pada penelitian kualitatif dapat dilihat dalam beberapa macam. Menurut Sugiono terdapat dua macam validitas penelitian, yaitu validitas internal dan validitas eksternal. Validitas internal berkenaan dengan derajat akurasi desain penelitian dengan hasil yang dicapai. Sementara validitas eksternal berkenaan dengan derajat akurasi apakah hasil penelitian dapat digeneralisasikan atau diterapkan pada populasi dimana sampel tersebut diambil.¹¹⁴

Dalam penelitian kualitatif menguji kredibilitas data penelitian peneliti menggunakan teknik Triangulasi. Triangulasi adalah suatu pendekatan analisis data yang mensintesa data yang didapat dari berbagai sumber atau informan.¹¹⁵ Triangulasi adalah upaya pemeriksaan validasi data dengan memanfaatkan hal lain yang berada diluar data untuk keperluan sebagai pengecekan ataupun sebagai pembandingan. Dengan demikian terdapat beberapa bagian dari triangulasi:

3.5.1. Triangulasi Sumber

Triangulasi sumber dapat dilakukan dengan cara melakukan pengecekan data yang telah diperoleh melalui berbagai sumber.¹¹⁶

3.5.2. Triangulasi Waktu

Triangulasi waktu dapat dilakukan dengan melakukan pengecekan kembali terhadap data kepada sumber dan tetap menggunakan teknik yang sama, namun dengan waktu atau situasi yang berbeda.¹¹⁷

3.5.3. Triangulasi Teori

¹¹³ sumasno Hadi, "Pemeriksaan Keabsahan Data Penelitian Kualitatif Pada Skripsi," n.d., hlm. 75.

¹¹⁴ Bachtar S Bachri, "Meyakinkan Validitas Data Melalui Triangulasi Pada Penelitian Kualitatif," no. 1 (2010): hlm. 54.

¹¹⁵ Bachri, hlm. 55.

¹¹⁶ Arnild Augina Mekarisce, "Teknik Pemeriksaan Keabsahan Data pada Penelitian Kualitatif di Bidang Kesehatan Masyarakat," *Jurnal Ilmiah Kesehatan Masyarakat: Media Komunikasi Komunitas Kesehatan Masyarakat* 12, no. 3 (September 10, 2020): hlm. 150, <https://doi.org/10.52022/jikm.v12i3.102>.

¹¹⁷ Mekarisce, hlm. 151.

Triangulasi ini berdasarkan anggapan bahwa fakta tertentu tidak dapat diperiksa derajat kepercayaannya dengan satu atau lebih teori.¹¹⁸

3.5.4. Triangulasi Peneliti

Triangulasi ini dengan jalan memanfaatkan peneliti lainya untuk keperluan pengecekan kembali derajat kepercayaan data, sehingga dapat membantu mengurangi kemelencengan dalam pengumpulan data.¹¹⁹

3.5.5. Triangulasi Metode

Triangulasi bisa dikategorikan bagaikan metode pengecekan keabsahan informasi yang menggunakan suatu yang lain. Diluar informasi itu buat keperluan pengecekan ataupun bagaikan pembanding terhadap informasi itu. Dalam metode pengumpulan informasi, triangulasi dimaksud bagaikan metode pengumpulan informasi yang bertabiat mencampurkan dari bermacam metode pengumpulan informasi serta sumber informasi yang sudah terdapat. Triangulasi informasi digunakan bagaikan proses menguatkan derajat keyakinan (daya dapat dipercaya/ validitas) serta konsistensi (reliabilitas) informasi, dan berguna pula bagaikan perlengkapan bantu analisis informasi di lapangan.¹²⁰

3.6 Teknik Analisis Data

Adapun teknik analisis data yang penulis gunakan ialah deskriptif kualitatif yakni menggambarkan dan menjelaskan permasalahan yang diteliti dalam bentuk kalimat. Dalam penelitian kualitatif, konseptualisasi, kategorisasi, dan deskripsi dikembangkan atas dasar “kejadian” yang diperoleh ketika kegiatan lapangan berlangsung. Karenanya, antara kegiatan pengumpulan data dan analisis data tidak mungkin dipisahkan satu sama lain. Keduanya berlangsung secara simultan, prosesnya berbentuk siklus dan interaktif, bukan linier.¹²¹

Terdapat tiga jalur analisis data kualitatif, yaitu reduksi data, penyajian data, dan penarikan kesimpulan. Reduksi data adalah proses pemilihan, pemusatan perhatian pada penyederhanaan, pengabstrakan dan transformasi data kasar yang muncul dari catatan-catatan tertulis di lapangan. Proses ini berlangsung terus

¹¹⁸ Meyta Pritandhari, “Penerapan Komik Strip Sebagai Media Pembelajaran Mata Kuliah Manajemen Keuangan Mahasiswa Universitas Muhammadiyah Metro,” *Promosi (Jurnal Pendidikan Ekonomi)* 4, no. 2 (December 10, 2016): hlm. 5, <https://doi.org/10.24127/ja.v4i2.631>.

¹¹⁹ Pritandhari, hlm. 5.

¹²⁰ Andarusni Alfansyur, “Seni Mengelola Data: Penerapan Triangulasi Teknik, Sumber Dan Waktu Pada Penelitian Pendidikan Sosial” 5, no. 2 (2020): hlm. 148.

¹²¹ Ahmad Rijali, “Analisis Data Kualitatif,” *Alhadharah: Jurnal Ilmu Dakwah* 17, no. 33 (January 2, 2019): hlm. 82, <https://doi.org/10.18592/alhadharah.v17i33.2374>.

menerus selama penelitian berlangsung, bahkan sebelum data benar-benar terkumpul sebagaimana terlihat dari kerangka konseptual penelitian, permasalahan studi, dan pendekatan pengumpulan data yang dipilih peneliti.¹²²

Penulis menjelaskan data dengan kalimat sehingga mendapatkan pemahaman tentang bagaimana Pemanfaatan Aplikasi Youtube Sebagai Sarana Menyebarluaskan Berita Oleh Bertuah Pos Pekanbaru. Langkah-langkah yang dilakukan dalam analisa data ini adalah dengan mengatur, mengurutkan, mengelompokkan, serta menelaah seluruh data yang tersedia dari berbagai sumber.

Langkah-langkah analisis data kualitatif mengandung tiga kegiatan yang saling terkait. Pertama adalah mereduksi data, yaitu analisis yang menajamkan, menggolongkan dan mengorganisasi data dengan cara sedemikian rupa hingga kesimpulan akhirnya dapat ditarik dan diverifikasikan. Yang kedua adalah menampilkan data, yakni pada proses ini peneliti berusaha menyusun pesan data yang relevan, sehingga menjadi informasi yang dapat disimpulkan dan menjadi makna tertentu dengan cara menampilkan dan membuat hubungan antar variabel, yang ketiga mengambil kesimpulan dari data yang diperoleh sehingga data menjadi jelas dan dapat diambil kesimpulannya.

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.

¹²² Oleh Ivanovich Agusta, "Teknik Pengumpulan dan Analisis Data Kualitatif," n.d., hlm. 10.

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

4.1 PT Citra Media Bertuah

4.1.1 Sejarah Bertuahpos.com

PT Citra Media Bertuah (bertuahpos.com) yaitu perusahaan media dan komunikasi (Citra Media Bertuah) di Indonesia yang salah satu bidang kelola utama ialah media *online*, Portal Berita dan Bisnis (bertuahpos.com).¹²³ PT. Citra Media Bertuah merupakan perusahaan media online di Pekanbaru, Riau, Indonesia. Perusahaan ini berdiri pada tahun 2012, yang didirikan oleh Muhammad Junaidi. Perusahaan ini berlokasi di Jalan Pepaya nomor 40 C, Jadirejo, Sukajadi, Pekanbaru, Riau. Bidang utama yang dikelola ialah media online yaitu website bertuahpos.com yang merupakan portal berita dan bisnis. Hadir untuk segmen pembaca di Indonesia terkhusus untuk wilayah Riau-Sumatera dan sekitarnya.¹²⁴

Bertuah Pos memiliki hampir 50% dengan konten media yang bernafaskan dunia ekonomi bisnis. Baik itu yang berkaitan dengan Finance, Marketing, Market and Shopping, Travelling, Retail and SMEs, Property, Lifestyle, Profile UKM, Good Shopper, Konsultasi Bisnis, Starbiz, Kolom Bisnis, Public Service, Otomotif, Teknologi dan beberapa fitur unik lainnya. Sedangkan 50 persen lagi berupa informasi penting yang bersifat umum. Dengan demikian Bertuah pos memiliki sajian informasi berkualitas dengan berkomitmen penuh untuk menjadi media lokal dengan konten berkualitas dan menerapkan prinsip brand safety (Trusted News).¹²⁵

Saat ini bertuahpos terus mengalami pertumbuhan khususnya dilihat dari Estimasi analisis data tingkat pengunjung harian di website bertuah pos mencapai 1.461 pengunjung harian, 43,118 pengunjung bulanan, 2,133,381 pengunjung tahunan dengan 5,841 tampilan harian, 172,485 tampilan bulanan, dan 2,133,381 tampilan tahunan serta Rp. 245,322,00 penghasilan. Beberapa media di Pekanbaru bahkan Nasional baik cetak maupun online menjadikan bertuahpos.com sebagai bahan referensi mereka dalam membuat berita, bahkan

¹²³ "Profil."

¹²⁴ Ahsyar and Jakawendra, "ANALISA USABILITY WEBSITE BERITA ONLINE MENGGUNAKAN METODE USER CENTERED DESIGN," hlm. 166.

¹²⁵ "Profil."

malah mengutip keseluruhan artikel yang ada di Bertuahpos.com untuk dimuat di media mereka. Berfokus menjadi media siber utama masyarakat Indonesia terkhusus masyarakat Riau yang membutuhkan informasi berita dan bisnis terpercaya dan bertanggung jawab.

Harapan dan Tujuan Bertuahpos.com menjadi referensi utama ekonomi bisnis masyarakat Indonesia terutama Riau. Saat ini bertuahpos terus mengalami pertumbuhan khususnya dilihat dari tingkat kunjungan (traffic) ke portal berita dan bisnis bertuahpos.com yang setiap hari, setiap jam dan setiap detik mengalami peningkatan.

4.1.2 Lokasi PT. Citra Media Bertuah (Bertuahpos.com)

Portal Berita dan Bisnis (Bertuahpos.com) yang bertempat dilokasi Jl. Nenas No. 30 Sukajadi, Kota Pekanbaru, dan untuk sementara kantor PT. Citra Media Bertuah dipindahkan ke Jl. Mangga No. 41, Jadirejo, Kec. Sukajadi, Kota Pekanbaru, Riau, Indonesia, Telp (62-761) 859894 / 0811753750 Fax (62-761) 29076 dan Email: bertuahpos@gmail.com/redaksi@bertuahpos.com

4.1.3 Visi, Misi Dan Nilai-Nilai Perusahaan

Adapun visi misi dan nilai perusahaan Bertuahpos.com sebagai berikut:

- a. Visi Menjadi Perusahaan Media Siber Bertaraf Internasional Menuju Kehidupan Berkualitas.
- b. Misi PT.Citra Media Bertuah (Bertuahpos.com)
 1. Sebagai referensi utama media siber di Indonesia
 2. Saluran media digital yang kritis, edukatif dan bertanggung jawab
 3. Mengoptimalkan nilai Perusahaan, kontribusi terhadap pemegang saham, dan tanggung jawab sosial.
 4. Membangun sumber daya manusia yang kompeten dan memiliki integritas, kreativitas, dan tata nilai positif.
 5. Mewujudkan hubungan yang harmonis dengan para pemangku kepentingan (stakeholders).
- c. Nilai-Nilai Perusahaan

Dalam menjalankan usahanya, seluruh elemen PT Citra Media Bertuah dan Anak Perusahaan menjunjung tinggi:

1. Integritas
Memiliki kejujuran, tanggung jawab dan konsisten terhadap semua tindakan dalam mencapai tujuan Perusahaan.
2. Komitmen

Mampu memenuhi kesepakatan dan janji dengan penuh tanggung jawab.

3. Terbuka
Mudah menerima masukan dan mampu menyesuaikan diri terhadap setiap perubahan lingkungan yang terjadi.
4. Rasional
Mampu melakukan kegiatan secara terencana, teratur, dan penuh pertimbangan serta perhitungan yang matang.
5. Visioner
Mampu melihat kedepan atau rencana jangka panjang, tanpa adanya batasan dan halangan, dan bisa melakukan rencana dan targe yang ditetapkan.

4.1.4 Logo dan Struktur Organisasi Bertuah Pos

Gambar 4,1
Logo Bertuah Pos



Sumber : <https://bertuahpos.com/> (Juli 2023)

STRUKTUR ORGANISASI

Pimpinan Perusahaan	: Muhammad Junaidi
Manajemen dan Redaksi	
Penanggung Jawab	: Hendra Saputra H
Dewan Redaksi	: Junaidi, Hendra Saputra, M Joni
Editorial Team	
Editor – in – Chief	: Hendra Saputra H
Redaktur Pelaksana	: Hendra Saputra
Senior Editor	: Junaidi, Oong

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.

Sekretaris Redaksi	: Reni Angga
Tim Redaksi	: Romi Juniandra, Melba Ferry Fadly, M Paslah, Hari Jummaulana, Hendra Saputra, Devi S, Datuak, Pedrianto, Izwan
Kepala Biro Kab Rohil	: Hari Jummaulana
Kepala Biro Kab Rohul	: Achiruddin
Sumatera Barat	: Katik Rang Kayo, Jon Indra (Kepala Biro)
Jambi	: Hardani Ari, Kemal
NTB	: Baiq Siti Nuriyam
Pemimpin Perusahaan	: Reni Angga
Business Development	: Rr Dian Sari Anjanie, Peryoly Tekwana, Reni Angga, M. Aderman
IT Support & Media Social	: Maryo Sanjaya Adiputra
Management Training	: Peryoly Tekwana

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.

BAB VI

KESIMPULAN DAN SARAN

6.1 Kesimpulan

Berdasarkan hasil dan pembahasan dari Bab V, dapat diketahui bahwa Bertuah pos memanfaatkan Youtube sebagai untuk agar penonton berkunjung di wibesite bertuah pos. terlihat dari setiap postingan video dichannel youtube bertuah pos yang selalu menyematkan wibesite bertuah pos, Instagram bertuah pos serta facebook bertuah pos. Secara umum Bertuahpos adalah perusahaan media dan komunikasi (Citra Media Bertuah) di Indonesia yang salah satu bidang kelola utama ialah media online, Portal Berita dan Bisnis. Awalnya bertuah pos hanya menggunakan website bertuahpos.com untuk menyebarluaskan informasi, namun setelah berkembangnya teknologi, bertuah pos mencoba mengembangkan inovasi menggunakan media media baru untuk menyebarluaskan berita atau informasi salah satunya dengan menggunakan platform youtube, Instagram, facebook, twitter dan tiktok.

Awalnya, channel YouTube Bertuah Pos dikelola oleh departemen IT, namun setelah beberapa tahun departemen tersebut berhenti berfungsi. Dikarenakan kurangnya tenaga atau SDM untuk mengelola channel YouTube, Bertuah Post mewajibkan seluruh jurnalis untuk mengelola channel YouTube Bertuah Pos. Karena itulah para jurnalis ikut berpartisipasi dalam pengembangan Youtube Bertuah pos. Youtube dikelola bersama oleh wartawan Bertuah Pos, menjadikan Bertuah Pos memiliki standarisasi yang tinggi, semua wartawan harus tahu cara merekam dan mengedit video, memahami setiap konten yang dipilih, tahu cara menemukan konten yang menarik, dan memperbarui informasi. Selain itu, pengelola juga harus memahami kode etik jurnalistik.

Bertuah pos menggunakan google trends yang membantu mengetahui kueri atau kata keyword apa yang banyak dicari oleh orang diyoutube. Selain itu langkah sederhananya bertuah pos menggunakan youtube search untuk mencari kata yang sering dipakai oleh youtube dengan mengetik satu kata kemudian youtube akan menampilkan sebuah kalimat yang bisa dijadikan judul untuk video. Terkait dengan tahapan editing berbeda beda setiap wartawan, penggunaan aplikasi yang berbeda, dubber dan naskah yang berbeda dalam setiap wartawan, tetapi harus berdasarkan kode etik jurnalistik.

Dalam meningkatkan jangkauan bertuah pos berusaha untuk memposting berita terupdate, selain itu bertuah pos juga membagikan link video ke berbagai media sosial mereka seperti facebook, Instagram, twitter dan tiktok. Membuat playlis untuk kategori video juga salah satu cara meningkatkan jangkauan penonton dan menggunakan tag disetiap postingan videonya. Bertuah pos juga menentukan jadwal upload video yaitu dari jam 6 sampai jam 5 sore, waktu ini sudah disurvei oleh bertuah pos sendiri dan jadwal pagi sampai sore adalah jadwal yang cocok dalam tahap upload video.

Bertuah pos merupakan salah satu perusahaan media daring yang sudah terverifikasi administrasi dan faktual oleh dewan pers. Tidak hanya perusahaan, namun para wartawan bertuah pos juga sudah tersertifikasi didewan pers. Jadi tidak diragukan lagi bertuah pos menjaga etika dalam jurnalistik dan bertanggung jawab atas perusahaannya

6.2 Kesimpulan

Dalam sebuah penelitian, seorang peneliti harus dapat memberikan saran yang berguna bagi perkembangan ilmu pengetahuan, instansi atau lembaga, serta berbagai pihak yang berkaitan dengan penelitian ini.

Peneliti menyarankan kepada perusahaan untuk menambah sumber daya manusia (SDM) dan berkerja sesuai devisi masing masing supaya perusahaan tidak memiliki kendala dalam kekurangan sdm. Sebab, divisi ini memainkan peranan kunci terhadap keberlangsungan citra dan reputasi positif organisasi/perusahaan di mata para *stakeholder*. Bertuah Pos harus bisa saling bekerjasama untuk memaksimalkan fungsi publikasi, tidak hanya di ruang lingkup internal, tetapi juga dalam ruang lingkup eksternal. Selain itu peneliti menyarankan untuk lebih aktif lagi dalam mengupload konten video di youtube.

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.

DAFTAR PUSTAKA

- “94% Orang Indonesia Akses YouTube Dalam Satu Bulan Terakhir.” Accessed January 18, 2023. <https://databoks.katadata.co.id/datapublish/2021/02/17/94-orang-indonesia-akses-youtube-dalam-satu-bulan-terakhir>.
- “(607) jawed - YouTube.” Accessed January 25, 2023. <https://www.youtube.com/>.
- “(803) Bertuah Pos - YouTube.” Accessed May 25, 2023. <https://www.youtube.com/>.
- Abdul Rasyid and Ahmad Tamrin Sikumbang. *Membongkar Kebohongan ISIS Melalui Berita*. Jawa Timur: Academia Publication, 2022.
- Agusta, Oleh Ivanovich. “Teknik Pengumpulan dan Analisis Data Kualitatif,” n.d.
- Ahshyar, Tengku Khairil, and Asri Jakawendra. “ANALISA USABILITY WEBSITE BERITA ONLINE MENGGUNAKAN METODE USER CENTERED DESIGN” 6, no. 2 (2020).
- Alfansyur, Andarusni. “SENI MENGELOLA DATA: PENERAPAN TRIANGULASI TEKNIK, SUMBER DAN WAKTU PADA PENELITIAN PENDIDIKAN SOSIAL” 5, no. 2 (2020).
- Angela, Michelle, and Septia Winduwati. “Representasi Kemiskinan dalam Film Korea Selatan (Analisis Semiotika Model Saussure pada Film Parasite)” 3, no. 2 (2019).
- Anggidesialamia, Helena. “UPAYA MENINGKATKAN MINAT BACA MELALUI REVIEW KONTEN CERITA RAKYAT PADA APLIKASI YOUTUBE.” *Comm-Edu (Community Education Journal)* 3, no. 2 (May 8, 2020): 75. <https://doi.org/10.22460/comm-edu.v3i2.3779>.
- Anisa, Yuan. “Peran Channel Youtube Sebagai Media Alternatif untuk Membantu Proses Pembelajaran Matematika dan Media Informasi pada Tingkat Perguruan Tinggi” 07, no. 01 (2022).
- Asep Syamsul M. Romli. *Jurnalistik Online Panduan Mengelola Media Online*. Bandung: Nuansa Cendekia, 2018.
- Ashari, Muhammad. “JURNALISME DIGITAL: DARI PENGUMPULAN INFORMASI SAMPAI PENYEBARAN PESAN.” *Inter Komunika : Jurnal Komunikasi* 4, no. 1 (September 2, 2019): 1. <https://doi.org/10.33376/ik.v4i1.286>.
- Asiska, Nur. “PELUANG DAN TANTANGAN NEWS ON YOUTUBE PADA MEDIA KOMPAS TV RIAU” 4, no. 1 (n.d.).
- Bachri, Bachtiar S. “MEYAKINKAN VALIDITAS DATA MELALUI TRIANGULASI PADA PENELITIAN KUALITATIF,” no. 1 (2010).
- “Belajar Eksistensi Youtube, Dispusip dan Komunitas Blogger Bertuah Pekanbaru Adakan Kelas Bimbingan teknis – Dinas Perpustakaan dan Kearsipan Kota Pekanbaru,” September 23, 2020. <https://dispusip.pekanbaru.go.id/belajar-eksistensi-youtube-dispusip-dan-komunitas-blogger-bertuah-pekanbaru-adakan-kelas-bimbingan-teknis/>.
- BertuahPos. “Profil,” May 4, 2019. <https://bertuahpos.com/profil>.
- Bisri, Cik Hasan. *Penuntun penyusunan rencana penelitian dan penulisan skripsi: bidang ilmu agama Islam*. Jakarta: Rajawali, 2008.
- Chandra, Edy. “YOUTUBE, CITRA MEDIA INFORMASI INTERAKTIF ATAU MEDIA PENYAMPAIAN ASPIRASI PRIBADI.” *Jurnal Muara Ilmu Sosial, Humaniora, dan Seni* 1, no. 2 (February 1, 2018): 406. <https://doi.org/10.24912/jmishumsen.v1i2.1035>.

- . “YOUTUBE, CITRA MEDIA INFORMASI INTERAKTIF ATAU MEDIA PENYAMPAIAN ASPIRASI PRIBADI.” *Jurnal Muara Ilmu Sosial, Humaniora, dan Seni* 1, no. 2 (February 1, 2018): 406. <https://doi.org/10.24912/jmishumsen.v1i2.1035>.
- Chattopadhyay, Biswapesh, Priyam Dutta, Weiran Liu, Ott Tinn, Andrew McCormick, Aniket Mokashi, Paul Harvey, et al. “Procella: Unifying Serving and Analytical Data at YouTube.” *Proceedings of the VLDB Endowment* 12, no. 12 (August 2019): 2022–34. <https://doi.org/10.14778/3352063.3352121>.
- Coleman, Robin R. Means, and JoEllen Fisherkeller. “Introduction: Media Education: Dilemmas of Perspective, Policy, and Practice.” *Television & New Media* 4, no. 4 (November 2003): 345–49. <https://doi.org/10.1177/1527476403255809>.
- . “Introduction: Media Education: Dilemmas of Perspective, Policy, and Practice.” *Television & New Media* 4, no. 4 (November 2003): 345–49. <https://doi.org/10.1177/1527476403255809>.
- Covington, Paul, Jay Adams, and Emre Sargin. “Deep Neural Networks for YouTube Recommendations.” In *Proceedings of the 10th ACM Conference on Recommender Systems*, 191–98. Boston Massachusetts USA: ACM, 2016. <https://doi.org/10.1145/2959100.2959190>.
- “Daftar 20 Negara Dengan Penetrasi Internet Tertinggi Di Asia, Indonesia Urutan Berapa? | Databoks.” Accessed January 18, 2023. <https://databoks.katadata.co.id/datapublish/2022/12/07/daftar-20-negara-dengan-penetrasi-internet-tertinggi-di-asia-indonesia-urutan-berapa>.
- Darmawan, Cecep, Hana Silvana, Heni Nuraeni Zaenudin, and Ridwan Effendi. “Pengembangan hubungan interpersonal remaja dalam penggunaan media sosial di Kota Bandung.” *Jurnal Kajian Komunikasi* 7, no. 2 (December 23, 2019): 159. <https://doi.org/10.24198/jkk.v7i2.21163>.
- Data, GoodStats. “Indonesia Peringkat 4, Ini Dia 7 Negara Pengguna Internet Terbesar di Dunia.” GoodStats Data. Accessed October 23, 2023. <https://data.goodstats.id/statistic/agneszfanyayonatan/indonesia-peringkat-4-ini-dia-7-negara-pengguna-internet-terbesar-di-dunia-FLw6V>.
- . “Menilik Pengguna Media Sosial Indonesia 2017-2026.” GoodStats Data. Accessed October 24, 2023. <https://data.goodstats.id/statistic/agneszfanyayonatan/menilik-pengguna-media-sosial-indonesia-2017-2026-xUAlp>.
- . “Menilik Perkembangan Pengguna Internet 2013-2023.” GoodStats Data. Accessed October 23, 2023. <https://data.goodstats.id/statistic/agneszfanyayonatan/menilik-perkembangan-pengguna-internet-2013-2023-uV8Ws>.
- Davidson, James, Blake Livingston, Dasarathi Sampath, Benjamin Liebald, Junning Liu, Palash Nandy, Taylor Van Vleet, et al. “The YouTube Video Recommendation System.” In *Proceedings of the Fourth ACM Conference on Recommender Systems - RecSys '10*, 293. Barcelona, Spain: ACM Press, 2010. <https://doi.org/10.1145/1864708.1864770>.
- . “The YouTube Video Recommendation System.” In *Proceedings of the Fourth ACM Conference on Recommender Systems - RecSys '10*, 293. Barcelona, Spain: ACM Press, 2010. <https://doi.org/10.1145/1864708.1864770>.

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.

- Del Casino, Vincent J., and Catherine F. Brooks. "Talking about Bodies Online: Viagra, YouTube, and the Politics of Public(ized) Sexualities." *Gender, Place & Culture* 22, no. 4 (April 21, 2015): 474–93. <https://doi.org/10.1080/0966369X.2013.879106>.
- Dewi, Machya Astuti. "MEDIA MASSA DAN PENYEBARAN ISU PEREMPUAN." *Jurnal Ilmu Komunikasi* 7 (2009).
- . "MEDIA MASSA DAN PENYEBARAN ISU PEREMPUAN." *Jurnal Ilmu Komunikasi* 7 (2009).
- Djaffar, Rachmawaty. "DI KABUPATEN TAKALAR DAN BARRU" 21 (n.d.).
- Dwivayani, Kadek Dristiana, and Abdullah Karim. "RADIO SEBAGAI MEDIA KOMUNIKASI LINGKUNGAN DAN MITIGASI BENCANA BANJIR DI KOTA SAMARINDA." *SOSFILKOM : Jurnal Sosial, Filsafat dan Komunikasi* 14, no. 01 (December 10, 2020): 39–46. <https://doi.org/10.32534/jsfk.v14i01.1521>.
- Elvinaro Ardianto, Lukiati Komala, and Siti Karlinah. *Komunikasi Massa : Suatu Pengantar*. Bandung: Simbiosis Rekatama media, 2014.
- Fadli, Muhammad Rijal. "Memahami desain metode penelitian kualitatif" 21, no. 1 (2021).
- Faiqah, Fatty, Muh Nadjib, and Andi Subhan Amir. "YOUTUBE SEBAGAI SARANA KOMUNIKASI BAGI KOMUNITAS MAKASSARVIDGRAM" 5 (2016).
- Farhatunnisya, Aisyah. "PEMANFAATAN VIDEO YOUTUBE DALAM MENINGKATKAN MOTIVASI BELAJAR SISWA INSAN LITERA," n.d.
- Firmansyah, Ricky. "Web Klarifikasi Berita Untuk Meminimalisir Penyebaran Berita Hoax," n.d.
- Gunawan, William. "Motif dan Kepuasan Subscriber Menonton Channel 'Kok Bisa' di YouTube" 5 (2017).
- Hadi, Sumasno. "PEMERIKSAAN KEABSAHAN DATA PENELITIAN KUALITATIF PADA SKRIPSI," n.d.
- Hafid, H Abd. "SUMBER DAN MEDIA PEMBELAJARAN" 6 (2011).
- Hamid, Edy Suandi, and Y. Sri Susilo. "STRATEGI PENGEMBANGAN USAHA MIKRO KECIL DAN MENENGAH DI PROVINSI DAERAH ISTIMEWA YOGYAKARTA*." *Jurnal Ekonomi Pembangunan: Kajian Masalah Ekonomi dan Pembangunan* 12, no. 1 (May 2, 2015): 45. <https://doi.org/10.23917/jep.v12i1.204>.
- Hansen, Seng. "Investigasi Teknik Wawancara Dalam Penelitian Kualitatif Manajemen Konstruksi." *Jurnal Teknik Sipil* 27, no. 3 (December 26, 2020): 283. <https://doi.org/10.5614/jts.2020.27.3.10>.
- Harcup, Tony, and Deirdre O'Neill. "What Is News?: News Values Revisited (Again)." *Journalism Studies* 18, no. 12 (December 2, 2017): 1470–88. <https://doi.org/10.1080/1461670X.2016.1150193>.
- Hasanah, Hasyim. "TEKNIK-TEKNIK OBSERVASI (Sebuah Alternatif Metode Pengumpulan Data Kualitatif Ilmu-ilmu Sosial)." *At-Taqqaddum* 8, no. 1 (January 5, 2017): 21. <https://doi.org/10.21580/at.v8i1.1163>.
- Hendika Permana, I Putu. "Analisis Rasio Pada Akun Youtube Untuk Penelitian Kualitatif Menggunakan Metode Ekploratif." *Jurnal Ilmiah Media Sisfo* 15, no. 1 (April 28, 2021): 40–48. <https://doi.org/10.33998/mediasisfo.2021.15.1.970>.
- Hidayanto, Syahrul. "YOUTUBE-VLOG: LAHIRNYA ERA USER-GENERATED CONTENT DAN INDUSTRI VLOG DI INDONESIA" 2 (2019).

- Indonesia, Data. "Pengguna Youtube Indonesia Terbesar Ketiga di Dunia pada 2022." DataIndonesia.id. Accessed January 18, 2023. <https://dataindonesia.id/digital/detail/pengguna-youtube-indonesia-terbesar-ketiga-di-dunia-pada-2022>.
- Ismandianto, Ismandianto, Tutut Ismi Wahidar, and Nur Devitriana. "NILAI BERITA PADA PEMBERITAAN BISNIS PORTAL BERTUAHPOS.COM." *Medium* 9, no. 2 (January 6, 2022): 136–47. [https://doi.org/10.25299/medium.2021.vol9\(2\).7911](https://doi.org/10.25299/medium.2021.vol9(2).7911).
- Istiqomah, Istiqomah. "Pengaruh Pemberitaan Bencana Alam di Harian Serambi Indonesia Terhadap Kesadaran Masyarakat." *Jurnal Studi Komunikasi (Indonesian Journal of Communications Studies)* 3, no. 1 (March 21, 2019): 57. <https://doi.org/10.25139/jsk.v3i1.1423>.
- Juditha, Christiany. "News Accuracy in Online Journalism" 16, no. 3 (n.d.).
- Khatimah, Husnul. "POSISI DAN PERAN MEDIA DALAM KEHIDUPAN MASYARAKAT." *TASAMUH* 16, no. 1 (December 1, 2018): 119–38. <https://doi.org/10.20414/tasamuh.v16i1.548>.
- Khleif, Nasser. "VAASAN AMMATTIKORKEAKOULU," n.d.
- Lopezosa, Carlos, Enrique Orduna-Malea, and Mario Pérez-Montoro. "Making Video News Visible: Identifying the Optimization Strategies of the Cybermedia on YouTube Using Web Metrics." *Journalism Practice* 14, no. 4 (April 20, 2020): 465–82. <https://doi.org/10.1080/17512786.2019.1628657>.
- Madonna, Metha. "AKTUALISASI PERAN DEWAN PERS SEBAGAI PENEGAK JURNALISME INDEPENDEN TERKAIT PEMBERANTASAN MEDIA ONLINE ABAL-ABAL," 2020.
- Mangole, Kevin David B, Meity Himpong, and Edmon R Kalesaran. "PEMANFAATAN YOUTUBE DALAM MENINGKATKAN PENGETAHUAN MASYARAKAT DI DESA PASLATEN KECAMATAN REMBOKEN MINAHASA," n.d.
- "Masyarakat Lebih Suka Nonton daripada Baca Buku, Apa Sebabnya? – LPM JURNAL KAMPUS," November 1, 2021. <https://jurnalkampus.ulm.ac.id/2021/11/01/masyarakat-lebih-suka-nonton-daripada-baca-buku-apa-sebabnya/>.
- Me at the Zoo*, 2005. <https://www.youtube.com/watch?v=jNQXAC9IVRw>.
- Mekarisce, Arnild Augina. "Teknik Pemeriksaan Keabsahan Data pada Penelitian Kualitatif di Bidang Kesehatan Masyarakat." *JURNAL ILMIAH KESEHATAN MASYARAKAT : Media Komunikasi Komunitas Kesehatan Masyarakat* 12, no. 3 (September 10, 2020): 145–51. <https://doi.org/10.52022/jikm.v12i3.102>.
- Meleong, Lexy J. *Metologi Penelitian Kualitatif*. Bandung: PT Remaja Rosdakarya, 1989.
- Mujianto, Haryadi. "PEMANFAATAN YOUTUBE SEBAGAI MEDIA AJAR DALAM MENINGKATKAN MINAT DAN MOTIVASI BELAJAR" 5, no. 1 (2019).
- Muslich, Masnur. "KEKUASAAN MEDIA MASSA MENGONSTRUKSI REALITAS," n.d.
- Nanuru, Ricardo Freedom. "YOUTUBE: Seni Berwawasan Teknologi Modern." Preprint. Open Science Framework, November 6, 2017. <https://doi.org/10.31219/osf.io/3vshc>.
- Nasution, Hamni Fadlilah, and M Pd. "INSTRUMEN PENELITIAN DAN URGENSINYA DALAM PENELITIAN KUANTITATIF," n.d.
- News, Tagar. "Steve Chen dan Dua Pendiri YouTube." TAGAR, December 23, 2017. <https://www.tagar.id/steve-chen-dan-dua-pendiri-youtube>.

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.

- Ni, Bingbing, Yang Song, and Ming Zhao. "YouTubeEvent: On Large-Scale Video Event Classification." In *2011 IEEE International Conference on Computer Vision Workshops (ICCV Workshops)*, 1516–23. Barcelona, Spain: IEEE, 2011. <https://doi.org/10.1109/ICCVW.2011.6130430>.
- Nilamsari, Natalina. "MEMAHAMI STUDI DOKUMEN DALAM PENELITIAN KUALITATIF," 2014.
- Nora, Hastika Yanti, Muhammad Chaerul Latief, and Yuliyanto Budi Setiawan. "FUNGSI KOMUNIKASI MASSA DALAM TELEVISI (Studi Kasus Program Acara 'Bukan Empat Mata' di TRANS 7)." *Jurnal The Messenger* 2, no. 1 (March 24, 2016): 10. <https://doi.org/10.26623/themessenger.v2i1.278>.
- Nurhadi, Zikri Fachrul, Ummu Salamah, and Ayudithia Arfinsya Yuniar. "MOTIF PENGGUNAAN YOUTUBE SEBAGAI MEDIA INFORMASI KECANTIKAN GENERASI MILLENIAL" 4, no. 2 (2020).
- Opgenhaffen, Michaël, and Harald Scheerlinck. "Social Media Guidelines for Journalists: An Investigation into the Sense and Nonsense among Flemish Journalists." *Journalism Practice* 8, no. 6 (November 2, 2014): 726–41. <https://doi.org/10.1080/17512786.2013.869421>.
- Parra, Paola Nieto. "YouTube: The Business Model," n.d.
- Patra, Haldi, and Aldi Dio Afrada. "Visualisasi Sejarah dan Sejarah Publik: Tinjauan Konten Sejarah Dalam Platform YouTube," n.d.
- Paulussen, Steve, and Raymond A. Harder. "Social Media References in Newspapers: Facebook, Twitter and YouTube as Sources in Newspaper Journalism." *Journalism Practice* 8, no. 5 (September 3, 2014): 542–51. <https://doi.org/10.1080/17512786.2014.894327>.
- Peer, Limor, and Thomas B. Ksiazek. "YOUTUBE AND THE CHALLENGE TO JOURNALISM: New Standards for News Videos Online." *Journalism Studies* 12, no. 1 (February 2011): 45–63. <https://doi.org/10.1080/1461670X.2010.511951>.
- "Perkembangan Youtube Di Indonesia Halaman 1 - Kompasiana.Com." Accessed January 26, 2023. <https://www.kompasiana.com/jafar50158/5fb4ea5e8ede48093c6ead83/perkembangan-youtube-di-indonesia>.
- "POSISI MEDIA MASSA DI INDONESIA DALAM PERKEMBANGAN KOMUNIKASI PEMBANGUNAN – AGRICIA," February 7, 2019. <https://agricia.faperta.ugm.ac.id/2019/02/07/posisi-media-massa-di-indonesia-dalam-perkembangan-komunikasi-pembangunan/>.
- Prasanti, Ditha. "Penggunaan Media Komunikasi Bagi Remaja Perempuan Dalam Pencarian Informasi Kesehatan." *LONTAR: Jurnal Ilmu Komunikasi* 6, no. 1 (June 30, 2018). <https://doi.org/10.30656/lontar.v6i1.645>.
- Prayitno, Budi. "Langkah Pemerintah Menangkal Diseminasi Berita Palsu." *Jurnal Wacana Kinerja: Kajian Praktis-Akademis Kinerja dan Administrasi Pelayanan Publik* 20, no. 2 (May 7, 2018): 17. <https://doi.org/10.31845/jwk.v20i2.19>.
- Pritandhari, Meyta. "PENERAPAN KOMIK STRIP SEBAGAI MEDIA PEMBELAJARAN MATA KULIAH MANAJEMEN KEUANGAN MAHASISWA UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH METRO." *PROMOSI (Jurnal Pendidikan Ekonomi)* 4, no. 2 (December 10, 2016). <https://doi.org/10.24127/ja.v4i2.631>.

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.

- Purnomo, Eko, and Agus Budi Wahyudi. "Elemen Berita dalam Wacana Jurnalisme Warga." *Komuniti : Jurnal Komunikasi dan Teknologi Informasi* 12, no. 2 (January 22, 2021): 81–90. <https://doi.org/10.23917/komuniti.v12i2.10800>.
- Purwandari, Elce. "Pemanfaatan Youtube Sebagai Sumber Belajar Fisika." *Journal of Education and Instruction (JOEAI)* 2, no. 2 (August 18, 2019): 83–90. <https://doi.org/10.31539/joeai.v2i2.810>.
- Putra, Reza Ade. "Tantangan Media Massa Dalam Menghadapi Era Disrupsi Teknologi Informasi." *JUSIFO* 5, no. 1 (June 29, 2019): 1–6. <https://doi.org/10.19109/jusifo.v5i1.5003>.
- Rachmawati, Imami Nur. "Pengumpulan Data Dalam Penelitian Kualitatif: Wawancara." *Jurnal Keperawatan Indonesia* 11, no. 1 (March 24, 2007): 35–40. <https://doi.org/10.7454/jki.v11i1.184>.
- Rahardja, Untung, Ninda Lutfiani, and Resti Rahmawati. "Persepsi Mahasiswa Terhadap Berita Pada Website APTISI." *SISFOTENIKA* 8, no. 2 (July 30, 2018): 117. <https://doi.org/10.30700/jst.v8i2.400>.
- Rahmawan, Detta, Jimi Narotama Mahameruaji, and Preciosa Alnashava Janitra. "POTENSI YOUTUBE SEBAGAI MEDIA EDUKASI BAGI ANAK MUDA." *EduLib* 8, no. 1 (July 24, 2018): 81. <https://doi.org/10.17509/edulib.v8i1.11267>.
- "Ready for Its Close-Up." October 7, 2006. <http://www.washingtonpost.com/wp-dyn/content/article/2006/10/06/AR2006100600660.html>.
- Ri'aeni, Ida, and Widia Sulistiana. "Industri Media Massa Lokal dalam Tinjauan Manajemen Media Ideal." *JIKE : Jurnal Ilmu Komunikasi Efek* 1, no. 1 (December 23, 2018). <https://doi.org/10.32534/jike.v1i1.51>.
- rifqimulyawan.com. "Harga Situs Website." Accessed January 26, 2023. <https://urlwebsite.com/id/cost/bertuahpos.com>.
- Rijali, Ahmad. "ANALISIS DATA KUALITATIF." *Alhadharah: Jurnal Ilmu Dakwah* 17, no. 33 (January 2, 2019): 81. <https://doi.org/10.18592/alhadharah.v17i33.2374>.
- Rusdi, Moh. "Strategi Pemasaran untuk Meningkatkan Volume Penjualan pada Perusahaan Genting UD. Berkah Jaya." *Jurnal Studi Manajemen dan Bisnis* 6, no. 2 (December 6, 2019): 83–88. <https://doi.org/10.21107/jsmb.v6i2.6686>.
- Severyn, Aliaksei, Alessandro Moschitti, Olga Uryupina, Barbara Plank, and Katja Filippova. "Opinion Mining on YouTube." In *Proceedings of the 52nd Annual Meeting of the Association for Computational Linguistics (Volume 1: Long Papers)*, 1252–61. Baltimore, Maryland: Association for Computational Linguistics, 2014. <https://doi.org/10.3115/v1/P14-1118>.
- Stahaan, Chontina, Jeniati Artauli Tampubolon, and Nova Betriani Sinambela. "DISEMINASI INFORMASI MELALUI MEDIA ONLINE SEBAGAI TRANSFORMASI MEDIA KONVENSIONAL." *JURNAL SIGNAL* 9, no. 2 (December 31, 2021): 322. <https://doi.org/10.33603/signal.v9i2.6288>.
- STAIN Parepare, and Qudratullah Qudratullah. "PERAN DAN FUNGSI KOMUNIKASI MASSA." *Jurnal Dakwah Tabligh* 17, no. 2 (November 22, 2016): 41–46. <https://doi.org/10.24252/jdt.v17i2.6024>.

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.

- suara.com. "Survei: Mayoritas Masyarakat Indonesia Pakai Internet untuk Buka Media Sosial," June 10, 2022. <https://www.suara.com/tekno/2022/06/10/153429/survei-mayoritas-masyarakat-indonesia-pakai-internet-untuk-buka-media-sosial>.
- Sugiyono. *Memahami Penelitian Kualitatif*. 10th ed. Bandung: Alfabeta, 2014.
- Sulaeman, Arif Ramdan, and Anhar Fazri. "Strategi Pemanfaatan Youtube Dalam Bidang Dakwah Oleh Ulama Aceh" 11 (n.d.).
- Susanti, Elva Tati, and Mila Amelia. "PEMANFAATAN YOUTUBE SEBAGAI MEDIA PEMBELAJARAN MATEMATIKA DIMASA PANDEMI COVID-19." . . *E* 06, no. 02 (2021).
- Susanto, Eko Harry. "MEDIA SOSIAL SEBAGAI PENDUKUNG JARINGAN KOMUNIKASI POLITIK." *Jurnal ASPIKOM* 3, no. 3 (September 21, 2017): 379. <https://doi.org/10.24329/aspikom.v3i3.123>.
- Sutejo, Bertha Silvia. "INTERNET MARKETING: KONSEP DAN PERSOALAN BARU DUNIA PEMASARAN." *Jurnal Manajemen* 6, no. 1 (2006).
- Tinambunan, Tresia Monica. "PEMANFAATAN YOUTUBE SEBAGAI MEDIA KOMUNIKASI MASSA DIKALANGAN PELAJAR." *Jurnal Mutakallimin : Jurnal Ilmu Komunikasi* 5, no. 1 (May 30, 2022). <https://doi.org/10.31602/jm.v5i1.6756>.
- . "PEMANFAATAN YOUTUBE SEBAGAI MEDIA KOMUNIKASI MASSA DIKALANGAN PELAJAR." *Jurnal Mutakallimin : Jurnal Ilmu Komunikasi* 5, no. 1 (May 30, 2022). <https://doi.org/10.31602/jm.v5i1.6756>.
- "Top 100 YouTubers Channels in Indonesia - Socialblade YouTube Stats | YouTube Statistics." Accessed January 25, 2023. <https://socialblade.com/youtube/top/country/id/mostsubscribed>.
- "Transformasi Bisnis Media di Era Digital Terus Bergulir - Manajemen Katadata.co.id," December 9, 2020. <https://katadata.co.id/ekarina/brand/5fcfc332efab0/transformasi-bisnis-media-di-era-digital-terus-bergulir>.
- "USATODAY.Com - Video Websites Pop up, Invite Postings," November 4, 2012. https://web.archive.org/web/20121104105527/https://usatoday30.usatoday.com/tech/news/techinnovations/2005-11-21-video-websites_x.htm.
- Utami, Fitroh Tri, and Miefthaul Zanah. "Youtube Sebagai Sumber Informasi Bagi Peserta Didik di Masa Pandemi Covid-19." *Jurnal Sinestesia* 11, no. 1 (July 11, 2021): 78–84. <https://doi.org/10.53696/27219283.64>.
- Wattenhofer, Mirjam, Roger Wattenhofer, and Zack Zhu. "The YouTube Social Network." *Proceedings of the International AAAI Conference on Web and Social Media* 6, no. 1 (August 3, 2021): 354–61. <https://doi.org/10.1609/icwsm.v6i1.14243>.
- Welbers, Kasper, and Michaël Opgenhaffen. "Presenting News on Social Media: Media Logic in the Communication Style of Newspapers on Facebook." *Digital Journalism* 7, no. 1 (January 2, 2019): 45–62. <https://doi.org/10.1080/21670811.2018.1493939>.
- Widholm, Andreas. "Tracing Online News in Motion: Time and Duration in the Study of Liquid Journalism." *Digital Journalism* 4, no. 1 (January 2, 2016): 24–40. <https://doi.org/10.1080/21670811.2015.1096611>.
- Yanita, Meliyana Rahayu, Hendry Setiawan, and Paulus Lucky Tirma Irawan. "Analisis Fitur-Fitur Yang Mempengaruhi Jumlah Subscribers Youtube Menggunakan Algoritma

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.

Naive Bayes Classifier." *SMATIKA JURNAL* 10, no. 01 (June 30, 2020): 36–40. <https://doi.org/10.32664/smatika.v10i01.446>.

Yoo, Shin. "Opinion | YouTube, the Great Radicalizer - The New York Times." *The New York Times*, n.d.

"YouTube: A History - Telegraph." Accessed January 25, 2023.

<https://web.archive.org/web/20120512073703/https://www.telegraph.co.uk/finance/newsbysector/mediatechnologyandtelecoms/digital-media/7596636/YouTube-a-history.html>.

Yudihastira, Rizky, and Tika Mutia. "PENERAPAN MEDIA STREAMING YOUTUBE OLEH GEMILANG TV SEBAGAI WADAH INFORMASI DI INDRAGIRI HILIR." *Jurnal Riset Mahasiswa Dakwah dan Komunikasi* 2, no. 4 (September 18, 2020): 191. <https://doi.org/10.24014/jrmdk.v2i4.12162>.

Yusi Kamhar, Muhammad, and Erma Lestari. "Pemanfaat Sosial Media Youtube Sebagai Media Pembelajaran Bahasa Indonesia DI Perguruan Tinggi." *Inteligensi : Jurnal Ilmu Pendidikan* 1, no. 2 (June 29, 2019): 1–7. <https://doi.org/10.33366/ilg.v1i2.1356>.

Yusra, Zhahara, Rufran Zulkarnain, and Sofino Sofino. "PENGELOLAAN LKP PADA MASA PENDMIK COVID-19." *Journal Of Lifelong Learning* 4, no. 1 (June 9, 2021): 15–22. <https://doi.org/10.33369/joll.4.1.15-22>.

Zaini, Ahmad. "DAKWAH MELALUI MEDIA CETAK" 2 (2014).

Zamroni, Mohammad. "PERKEMBANGAN TEKNOLOGI KOMUNIKASI DAN DAMPAKNYA TERHADAP KEHIDUPAN," n.d.

Zamroni, Muhammad. "Dampak Konvergensi Media Terhadap Pola Menonton Televisi Indonesia di Era Digital." *Jurnal Kajian Media* 5, no. 1 (March 29, 2021). <https://doi.org/10.25139/jkm.v5i1.3637>.

Zubaedi, Zubaedi, Prio Utomo, and Ahmad Abas Musofa. "Perilaku Sosial Masyarakat Bengkulu terhadap Penggunaan Media Sosial sebagai Diseminasi Informasi, Bimbingan Pribadi-Sosial dan Deradikalisasi." *Indonesian Journal of Community Services* 3, no. 2 (November 28, 2021): 193. <https://doi.org/10.30659/ijocs.3.2.193-202>.

LAMPIRAN 1

PEDOMAN WAWANCARA

Instrumen penelitian maksud dan tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui bagaimana memanfaatkan media youtube sebagai sarana dalam menyebarkan informasi atau berita.

Adapun yang menjadi informan dalam penulisan ini adalah:

- a. 1 (satu) orang Pemimpin Perusahaan Bertuah Pos
- b. 1 (satu) orang Tim Redaksi Bertuah pos
- c. 1 (satu) orang dari Divisi IT dan Sosial Media Bertuah Pos
- d. 2 (dua) orang Wartawan Bertuah Pos

Pertanyaan penelitian.

Adapun beberapa pertanyaan yang dipertanyakan oleh peneliti dalam wawancara, yaitu sebagai berikut:

1. Mengapa anda memilih media sosial YouTube untuk menyebarkan berita ke khalayak luas?
2. Apa keuntungan menjadikan media sosial YouTube sebagai salah satu sarana menyebarkan berita Bertuah Pos?
3. Apakah YouTube Bertuah pos menjadi media yang berfokus dalam menarik minat para penonton YouTube?
4. Bagaimana strategi Bertuah pos dalam menarik para pengunjung YouTube agar tertarik untuk menonton berita yang disajikan oleh bertuah pos dalam akun youtube-nya?
5. Selain YouTube, Apakah Bertuah pos menggunakan media sosial lain untuk menyebarkan informasi atau berita kepada khalayak luas? Jika ada, apa saja?
6. Apa yang membedakan strategi sosial media YouTube dibandingkan dengan media sosial lainnya dalam menyebarkan berita atau informasi?
7. Dibandingkan dengan media sosial lain, Apa perbedaan yang ingin ditunjukkan di media sosial YouTube?
8. Apakah Bertuah pos menggunakan YouTube untuk memberikan informasi atau berita secara berkala dan cepat?
9. Apa kendala yang dihadapi dalam menjalankan dan mengelola akun YouTube sosial media sosial YouTube Bertuah pos? Kalau ada, apa saja kendalanya?
10. Keuntungan apa saja yang bertuah pos dapat dari mengelola akun Youtube?
11. Apa dampak atau efek yang ditimbulkan semenjak Bertuah pos menggunakan YouTube sebagai media dalam menyebarkan berita atau informasi kepada khalayak luas?

12. Apa saja divisi yang bekerja menjalankan dan mengelola akun YouTube Bertuah pos?
13. Apa saja standarisasi yang harus dimiliki oleh pengelola akun YouTube Bertuah pos?
14. Apa saja yang menjadi bahan pertimbangan dalam evaluasi media sosial YouTube Bertuah Pos?
15. Selain berita, Apakah YouTube Bertuah pos juga membuat konten lain? Kalau iya, apa saja?
16. Konten atau berita seperti apa yang bisa masuk ke dalam YouTube Bertuah Pos?
17. Apakah ada divisi tertentu yang bertugas untuk mendapatkan berita atau informasi dari lapangan? dan siapa saja yang berperan serta dalam proses pemerintahan di lapangan?
18. Bagaimana alur pemberitaan di YouTube Bertuah Pos?
19. Apa Trend berita saat ini?
20. Dalam media YouTube Bertuah pos, Apakah ada konten tertentu yang harus di filter?
21. Bagaimana alur atau tahapan dalam membuat video sehingga menjadi sebuah konten yang bisa masuk kedalam youtube Bertuah Pos?
22. Bagaimana Proses eksekusi rekaman video yang didapatkan oleh reporter dari lapangan?
23. Fitur-fitur YouTube apa saja yang sering digunakan untuk memberi informasi di YouTube bertuah Pos?
24. Apakah YouTube memungkinkan Umpan balik atau feedback yang cepat antara penonton dan pihak Bertuah Pos?
25. Bagaimana menentukan timing untuk membagi informasi di media sosial YouTube Bertuah Pos?
26. Apa yang menjadikan tolak ukur keberhasilan peran YouTube Bertuah pos dalam menarik minat subscriber dan penonton lain?
27. Apakah dengan memanfaatkan YouTube sebagai media penyebaran informasi atau berita mempengaruhi pendapatan yang dihasilkan oleh perusahaan PT Citra media Bertuah ini?
28. Apakah dengan YouTube Bertuah post lebih dikenal oleh masyarakat luas?

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.

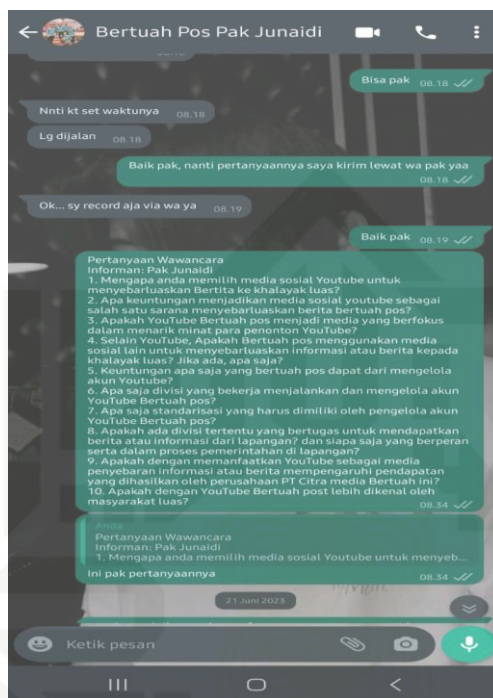
Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

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.

LAMPIRAN 2**DOKUMENTASI PENELITIAN****Kantor Bertuah Pos****Sumber: Peneliti, Juli 2023****Ruang Editing Video Bertuah Pos****Sumber: Peneliti, 20 Juli 2023**

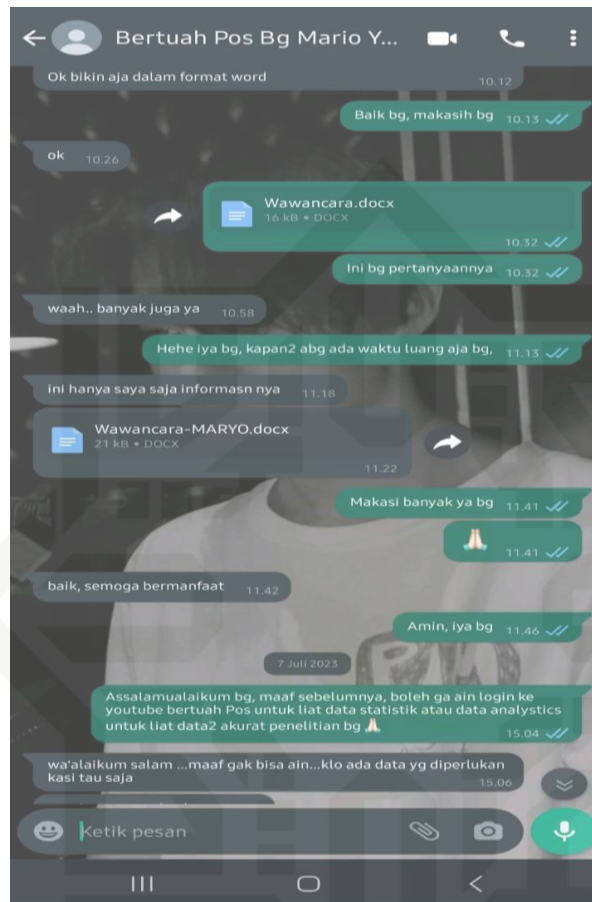
Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

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.

**Wawancara dengan Pemimpin Perusahaan Bertuah Pos****Sumber: Peneliti, Juni 2023****Wawancara dengan Tim Redaksi Perusahaan Bertuah Pos****Sumber: Peneliti, Juni 2023**

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.

**Wawancara dengan Divisi IT dan Media Sosial**

Sumber: Peneliti, Juni 2023

**Wawancara dengan Wartawan Bertuah Pos**

Sumber: Peneliti, Juni 2023



Wawancara dengan Wartawan Bertuah Pos

Sumber: Peneliti, Juli 2023

© 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.