

BAB II

KAJIAN PUSTAKA

2.1 Penelitian Terdahulu

Adanya penelitian terdahulu berisikan rujukan penulis dalam melakukan penelitian yang sebelumnya sudah dilakukan, gunanya sebagai rujukan penulis dalam mengembangkan teori dan mengkaji penelitian yang sedang dilakukan. Dari penelitian terdahulu nantinya dapat terlihat perbedaan yang digunakan penulis sebagai tolak ukur dalam mengembangkan materi penelitian. Berikut adalah tinjauan dari penelitian terdahulu berkaitan dengan penelitian yang akan dilakukan:

1. Penelitian pertama adalah penelitian yang dilaksanakan oleh M. Friyanto Pratama dengan judul penelitian “Pengelolaan Media Sosial Instagram oleh Humas Sebagai Media Informasi Publik Pada Pemprov Riau” penelitian yang dilakukan pada tahun 2020 dengan rumusan masalah; Bagaimana Pengelolaan Media Sosial Instagram oleh Humas sebagai Media Informasi Publik pada Pemprov Riau?, metodologi penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah kualitatif deskriptif. Data penelitian diperoleh melalui Wawancara yang mendalam. Hasil dari penelitian tersebut diketahui bahwa dalam Pengelolaan Media Sosial Instagram oleh Humas sebagai Media Informasi Publik pada Pemprov Riau dengan menggunakan teori 4C yang di kemukakan oleh Chris Heuer yang pertama, *Context*: dalam Menyampaikan isi pesan dalam bentuk foto, video, dan infografis, yang disertai dengan keterangan ataupun rilis, *Communication*: mengirim

informasi faktual serta kebenarannya dapat dipertanggung jawabkan , jika memungkinkan jelaskan dan tanggapi semua komentar. Kolaborasi: Hubungan yang terjalin antara akun Instagram Humas Riau dan followers atau pengikutnya berjalan dengan amat lancar, dengan aktivitas komentar yang aktif dan terbuka. Humas Riau bekerja sama dengan akun Instagram lain untuk meningkatkan hubungan dan berbagi konten atau informasi, Koneksi: Aktif memposting dan membalas komentar dalam bahasa Melayu, memposting dalam berbagai format termasuk video, infografis, dokumen dan foto acara, dan Instagram Stories, Membuat postingan kurang monoton dan bekerja dengan akun Instagram lain untuk mendapatkan lebih banyak pengikut. Perbedaan dari penelitian ini dengan penulis ialah pada subjek penelitian yang berbeda. Persamaan pada penelitian ini yaitu sama sama memfokuskan pada pengelolaan media sosial.

2. Penelitian kedua adalah penelitian yang dilakukan oleh Rahma Ari Citra dengan judul penelitian “Pengelolaan Media Sosial Instagram Dalam Membangun Citra Lembaga” yang dilakukan pada tahun 2021. Metodologi penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah kualitatif deskriptif. Data diperoleh melalui wawancara, observasi partisipan pasif, dan dokumentasi. Hasil dalam penelitian tersebut ialah dapat diambil kesimpulan bahwa seksi pengelohan dan penyedian data informasi Dinas Komunikasi dan Informatika Kota Sukabumi dalam pengelolaan atau manajemen media sosial instagram dalam membangun

citra lembaga menggunakan empat tahapan proses fich finding, dengan menentukan masalah melalui penentuan dari isi konten instagram dan pengaduan masyarakat. Kedua planning atau perencanaan ada kegiatan dibuat konten dan di upload di media sosial Instagram itu sendiri, ketiga Actions atau pelaksanaan adanya tim eksekutor lapangan dan admin pembuatan juga pengunggahan konten. Keempat terdapat evaluasi, menilai sebuah keberhasilan program dari insight instagram dan pusat informasi. Perbedaan penelitian ini dengan penulis ialah pada subjek yang diambil yaitu media sosial Instagram, persamaan dari peneliti ini dengan penulis ialah sama sama memfokuskan pada pengelolaan media sosial.

3. Penelitian ketiga adalah penelitian yang dilakukan oleh Fitri Alam Nasyroh dengan judul penelitian “Strategi Pengelolaan Instagram @Infoponorogo Sebagai Media Informasi Tentang Kabupaten Ponorogo” yang dilakukan pada tahun 2021 . dalam penelitian ini menggunakan metode pendekatan kualitatif deskriptif. Dari hasil penelitian yang telah dilakukan dapat diambil sebuah kesimpulan, yaitu:
(1) Akun @infoponorogo dalam memberikan suatu informasi yaitu dengan menentukan konten terlebih dahulu kemudian menentukan target sasaran, dan selanjutnya menyusun jadwal untuk posting. (2) Akun Instagram @infoponorogo dalam mengolah sebuah informasi dengan melakukan penyusunan pesan berupa pemilihan foto atau video disertai pembuatan caption yang mengundang ketertarikan pembaca. (3)

Penyampaian sebuah informasi pada akun @infoonorogo menggunakan fitur-fitur yang terdapat pada media sosial instagram seperti fitur feed, fitur instastory, dan juga fitur Instagram TV. Proses penyampaian sebuah informasi ini tentunya akan menghasilkan feedback atau masukan dari pengikut bisa berupa respon yang positif maupun respon negatif yang dapat diketahui dari kolom komentar dan juga fitur insight, feedback atau masukan inilah yang kemudian dijadikan bahan evaluasi pada akun Instagram @infoonorogo sebagai media pemberi informasi. Perbedaan penelitian ini dengan penulis ialah pada subjek serta objek yang diambil yaitu media sosial Instagram @infoonorogo, persamaan dari peneliti ini dengan penulis ialah sama-sama memfokuskan pada pengelolaan media sosial.

4. Keempat ada penelitian dari Fathia kautsar Fikri Ananda dengan judul penelitian “Analisis Manajemen Redaksi dan Kebijakan Redaksional pemberitaan bulu tangkis di Media Daring (studi kasus di media online Detik.com, Kompas, dan Indosport.com) yang dilakukan pada tahun 2020. Dalam penelitian ini menggunakan metode deskriptif kualitatif dengan metode pengambilan datanya melalui cara in-depth interview, observasi dan studi dokumen dari hasil penelitian tersebut dapat diambil kesimpulan bahwa : bahwa dari ketiga media Detik.com, Kompas.com dan Indosport.com sama-sama melakukan tahapan manajemen redaksi yaitu terdapat perencanaan, pengorganisasian, pelaksanaan dan pengawasan, namun memiliki Kebijakan dan strateginya masing-

masing pada setiap media . Selain itu media detik.com dan kompas.com lebih menonjolkan berita yang mengenai pertandingan bulutangkis, sedangkan untuk media Indosport lebih menonjolkan berita pada sisi di luar lapangan. Perbedaan penelitian ini dengan penulis ialah pada subjek yang diambil yaitu media online Detik.com, Kompas, dan Indosport.com. persamaan dari peneliti ini dengan penulis ialah sama sama memfokuskan pada pengelolaan redaksi.

5. Penelitian terakhir yang dilakukan oleh I.G.A Nyoman Tiara Sukma Melati yang berjudul “Strategi Produksi Program Berita Navy News Jelasveva Jayamahe Tv Di Youtube Dalam Meningkatkan Viewers” yang dilakukan pada tahun 2021. Dalam penelitian ini menggunakan metode kualitatif dengan cara mendeskripsikan sebuah masalah dengan sebuah analisis data yaitu wawancara, Dokumentasi dan Observasi, hasil dari penelitian ini dapat diambil kesimpulan bahwa : Program Navy News melakukan upaya dalam Proses produksi untuk meningkatkan produksi dengan melakukan mengumpulkan semua bentuk berita yang sesuai dengan tujuan pokok TNI Angkatan dan laut dan diproduksi dan diolah oleh reporter untuk diolah menjadi sebuah berita, dan ditayangkan di Youtube TNI Angkatan Laut setiap Hari. Perbedaan penelitian ini dengan penulis ialah pada subjek yang diambil. persamaan dari peneliti ini dengan penulis ialah sama sama memfokuskan pada pengelolaan media sosial youtube.

Tabel 2. 1 Penelitian Terdahulu

Sumber : Penulis

No	Judul/Tahun/Penulis /Universitas	Teori	Metode Penelitian	Hasil Penelitian
1.	Pengelolaan Media Sosial Instagram Oleh Humas Sebagai Media Informasi Publik Pada Pemprov Riau/2020/M. Friliando Pratama/ Fakultas Dakwah Dan Komunikasi Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau. ⁷	Teori 4C oleh Chris heuer: <i>Context, Communication, Col laboration, Connection</i>	Kualitatif Dekriptif	Hasil dari penelitian tersebut dapat diketahui bahwa dalam Pengelolaan sebuah Media Sosial Instagram oleh Humas sebagai Media Informasi Publik pada Pemprov Riau dengan menggunakan teori 4C yang di kemukakan oleh Chris Heuer yang pertama <i>Context:</i> dalam Menyampaikan isi pesan dalam bentuk foto, video, dan infografis, yang disertai dengan keterangan ataupun rilis, <i>Communication:</i> mengirim informasi faktual serta kebenarannya dapat dipertanggung jawabkan jika memungkinkan

⁷ M. Friliando Pratama "Pengelolaan Media Sosial Instagram Oleh Humas Sebagai Media Informasi Publik Pada Pemprov Riau" (Riau : Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau, 2020)

			<p> jelaskan dan tanggap semua komentar <i>Collaboration:</i> Hubungan yang terjalin antara akun Instagram Humas Riau dan pengikutnya berjalan dengan lancar, dengan aktivitas komentar yang aktif dan terbuka. Humas Riau bekerja sama dengan akun Instagram lain untuk meningkatkan hubungan dan berbagi konten atau informasi, <i>Connection:</i> Aktif memposting dan membalas komentar dalam bahasa Melayu, memposting dalam berbagai format termasuk video, infografis, dokumen dan foto acara, dan Instagram Stories, Membuat postingan kurang monoton dan bekerja dengan akun Instagram lain untuk mendapatkan lebih banyak pengikut. </p>
--	--	--	---

2.	Pengelolaan Media Sosial Instagram Dalam Membangun Citra Lembaga/ 2021/Rahma Ari Citra/Fakultas Dakwah dan Komunikasi UIN Sunan Gunung Djati ⁸	Teori Pengelolaan oleh cutip, center and broom terdapat proses 4 tahap : <i>fact finding, planning and programming, communication and taking action, evaluation</i>	Kualitatif Deskriptif	Hasil dalam penelitian tersebut ialah dapat diambil kesimpulan bahwa seksi pengelohan dan penyediaan data informasi Dinas Komunikasi dan Informatika Kota Sukabumi dalam pengelolaan atau manajemen media sosial instagram dalam membangun citra lembaga menggunakan empat tahapan proses fich finding, dengan menentukan masalah melalui penentuan konten instagram dan pengaduan masyarakat. Kedua planning atau perencanaan ada
----	---	---	-----------------------	--

⁸ Rahma Ari Citra “*Pengelolaan Media Sosial Instagram Dalam Membangun Citra Lembaga*” (Bandung : UIN Sunan Gunung Djati, 2021)

				<p>kegiatan dibuat konten dan di upload di media sosial Instagram itu sendiri, ketiga Actions atau pelaksanaan adanya tim eksekutor lapangan dan admin pembuatan juga pengunggahan konten. Keempat terdapat evaluasi, menilai sebuah keberhasilan program dari insight instagram dan pusat informasi.</p>
3.	<p>Strategi Pengelolaan Instagram @Infoponorogo Sebagai Media Informasi Tentang Kabupaten Ponorogo/2020/Fitri Alam Nasyroh/ IAIN Ponorogo⁹</p>	<p>Teori strategi pengelolaan atau manajemen</p>	<p>Kualitatif Deksriptif</p>	<p>Dari hasil penelitian yang telah dilakukan dapat diambil sebuah kesimpulan, yaitu: (1) Akun Instagram @infoponorogo dalam memberikan suatu informasi yaitu dengan</p>

⁹ Fitri Alam Nasyroh “Strategi Pengelolaan Instagram @Infoponorogo Sebagai Media Informasi Tentang Kabupaten Ponorogo” (Ponorogo : IAIN Ponorogo, 2020)

			<p>menentukan konten terlebih dahulu kemudian menentukan target sasaran, dan selanjutnya menyusun jadwal untuk posting.</p> <p>(2) Akun Instagram @infoonorogo dalam mengolah sebuah informasi dengan melakukan penyusunan pesan berupa pemilihan foto atau video disertai pembuatan caption yang mengundang ketertarikan pembaca.</p> <p>(3) Penyampaian sebuah informasi pada akun Instagram @infoonorogo menggunakan fitur-fitur yang terdapat pada media sosial instagram seperti fitur feed, fitur instastory, dan juga</p>
--	--	---	--

				<p>fitur Instagram TV.</p> <p>Proses penyampaian sebuah informasi ini tentunya akan menghasilkan feedback atau masukan dari pengikut bisa berupa respon yang positif maupun respon negatif yang dapat diketahui dari kolom komentar dan juga fitur insight, feedback atau masukan inilah yang kemudian dijadikan bahan evaluasi pada akun Instagram @infoonorogo sebagai media pemberi informasi.</p>
4.	Analisis manajemen redaksi dan kebijakan redaksional pemberitaan bulu tangkis di media daring (studi	Teori manajemen redaksi	Kualitatif deskriptif	<p>hasil penelitian tersebut dapat diambil kesimpulan bahwa :</p> <p>bahwa dari ketiga</p>

<p>kasus di media online Detik.com, Kompas, dan Indosport.com)/2020/Fathia kautsar Fikri Ananda/ Ilmu Komunikasi, Universitas Islam Indonesia.¹⁰</p>		<p>media Detik.com, Kompas.com dan Indosport.com sama-sama melakukan tahapan manajemen redaksi yaitu terdapat perencanaan, pengorganisasian, pelaksanaan dan pengawasan, namun memiliki Kebijakan dan strateginya masing-masing pada setiap media . Selain itu media detik.com dan kompas.com lebih menonjolkan berita yang mengenai pertandingan bulutangkis, sedangkan untuk media Indosport lebih menonjolkan</p>
---	---	--

¹⁰ Fathia Kautsar Fikri Ananda “Analisis manajemen redaksi dan kebijakan redaksi nal pemberitaan bulu tangkis di media daring (studi kasus di media online Detik.com, Kompas, dan Indosport.com)” (Yogyakarta: Universitas Islam Indonesia, 2020)

				berita pada sisi di luar lapangan.
5.	Strategi Produksi Program Berita Navy News Jalasveva Jayamahe Tv Di Youtube Dalam Meningkatkan Viewers/2021/I.G.A Nyoman Tiara Sukma Melati/ Ilmu Komunikasi, Universitas Nasional ¹¹	Teori strategi produksi dan manajemen redaksi	Kualitatif deskriptif	Program Navy News melakukan upaya dalam Proses produksi untuk meningkatkan produksi dengan melakukan mengumpulkan semua bentuk berita yang sesuai dengan tujuan pokok TNI Angkatan dan laut dan diproduksi dan diolah oleh reporter untuk diolah menjadi sebuah berita, dan ditayangkan di Youtube TNI Angkatan Laut setiap Hari.

¹¹ I.G.A Nyoman Tiara Sukma Melati “Strategi Produksi Program Berita Navy News Jalasveva Jayamahe Tv Di Youtube Dalam Meningkatkan Viewers” (Jakarta: Universtas Nasional, 2021)

2.2 Pengelolaan

Didalam kamus Bahasa Indonesia lengkap disebutkan bahwa pengelolaan adalah proses atau cara perbuatan mengelola atau proses melakukan kegiatan tertentu dengan menggerakkan tenaga orang lain, proses yang membantu merumuskan kebijaksanaan dan tujuan organisasi atau proses yang memberikan pengawasan pada semua hal yang terlibat dalam pelaksanaan kebijaksanaan dan mencapai tujuan. Pengertian pengelolaan sama dengan arti manajemen. Karena pengelolaan dan manajemen memiliki tujuan yang sama yaitu tercapainya tujuan organisasi lembaga.¹²

Menurut Suharsimi Arikunta pengelolaan adalah substantifa dari mengelola, sedangkan mengelola berarti suatu tindakan yang dimulai dari penyusunan data, merencana, mengorganisasikan, melaksanakan, sampai dengan pengawasan dan penilaian. Dijelaskan kemudia pengelolaan menghasilkan suatu dan sesuatu itu dapat merupakan sumber penyempurnaan dan peningkatan pengelolaan selanjutnya.¹³

Definisi Pengelolaan atau Manajemen seperti yang dikatakan Henry Fayol mengungkapkan Manajemen merupakan sebuah teknik menginterpretasikan, mengkoordinasikan sumber daya, sumber dana dan sumber-sumber lainnya untuk mencapai tujuan dan pergerakan, pengawasan dan penilaian.¹⁴

¹² Daryanto, kamus indonesia lengkap, (Surabaya : Apollo, 1997) Hal 348

¹³ Suharsimi arikunta, pengelolaan kelas dan siswa, (jakarta : CV. Rajawali, 1988) Hal 8

¹⁴ Totok Djuroto, Manajemen Penerbitan Pers, Bandung: Remaja Rosdakarya, 2004 Hal 96-

Maka dapat penulis simpulkan berdasarkan dari pengertian yang diungkapkan oleh Suharsimi Arikunta dan Henry Fayol yaitu bahwa pengertian pengelolaan merupakan sebuah pelaksanaan dari sebuah kegiatan yang dimana meliputi sebuah fungsi-fungsi manajemen seperti perencanaan, pelaksanaan dan pengawasan untuk dapat mencapai sebuah tujuan secara efektif dan efisiensi.

Agar lebih fokus dengan sebuah tujuan, maka diperlukan sebuah manajemen menurut Henry Fayol, dan terdapat 4 fungsi Manajemen yang dikenal dengan sebutan POAC (Planning, Organizing, Actuating, Controlling)

1. Perencanaan (Planning)

Planning diartikan sebagai penetapan tujuan, penetapan aturan, penyusunan rencana dan sebagainya. Dalam menjalankan sebuah Produksi, Tim redaksi harus menentukan sebuah aturan dengan penyusunan konsep berita yang akan di siarkan, hingga menjadi sebuah berita yang menarik dihadapan khalayak yang menonton. Pimpinan redaksi juga bertugas untuk menentukan strategi dan kegiatan keredaksian secara umum dan menentukan jalannya proses redaksi. Dalam Perencanaann melibatkan memutuskan "apa yang akan dilakukan, bagaimana hal itu akan dilakukan, dan siapa yang akan melakukannya. dan kapan melakukannya". Jadi perencanaan ialah pemilihan sekumpulan kegiatan dan memutuskan yang harus dilakukan, bagaimana, kapan dan oleh siapa.¹⁵

¹⁵ Ibid. Hal 138

2. Pengorganisasian (Organizing)

Dalam pembagian tugas yang sesuai dengan struktur organisasi dan kompetensi sebuah sumber daya manusia dalam sebuah lingkungan tahap pengorganisasian. Pada tahapan ini dapat dialokasikan dan sarana redaksi program kerja. Organizing

meliputi melihat pelaksanaan tugas, mengemas produk memproduksi, menjual produk, dan sebagainya. Pembagian kerja ialah pemetakan dalam pembagian tanggung jawab untuk melakukan sesuatu didalam kegiatan yang terbatas.¹⁶

3. Pelaksanaan (Actuating)

Pelaksanaan atau actuating terbagi atas melaksanakan tugas, didalam sebuah produksi penyiaran terdapat 3 pelaksanaan dalam tahapann produksi yaitu dimulai dengan pra-produksi, produksi dan pasca produksi dan bagaimana seorang tim redaksi bekerja untuk sebuah tim yang lebih baik, mengemas sebuah produksi menjadi lebih baik, serta juga dapat menjual produk.

4. Pengawasan (Controlling)

Pengawasan atau Controlling meliputi berbagai aspek melihat perkembangan pelaksanaan tugas, menyeleksi produk-produk dan tahap mengevaluasi sebuah produksi dan didalam sebuah produksi akan diawasi oleh seorang pemimpin yang memiliki tugas untuk mengawasi kemajuan rencana dalam mengadakan

¹⁶ Ibid. Hal 143

sebuah produksi. Robert J. Mokler (1972) mengungkapkan definisi pengawasan yakni dapat memperjelas hal-hal esensial didalam tahapan pengawasan. Mokler menyebutkan bahwa, pengawasan dalam pengelolaan atau manajemen adalah suatu usaha yang di desain dengan sistem Informasi umpan balik untuk Tujuan Perencanaan, serta mengukur penyimpangan dan mengambil suatu tindakan yang hanya diperlukan.¹⁷

2.3 New Media

Pendapat Ahli Menurut Roger Fidler, media baru atau new media adalah transformasi dari media lama (old media) dan adaptasi media lama melalui serangkaian tahapan yang disebut mediamorphosis. New media disebut juga Transformasi media konvensional ke media online yang memudahkan audience dalam mencari dan mendapatkan informasi secara cepat, real time dan berpindah-pindah hal tersebut yang tidak bisa dimiliki oleh media konvensional. Masyarakat dapat memanfaatkan perkembangan teknologi internet dengan tujuan untuk menemukan informasi dari manapun dan kapanpun tanpa mengenal batas waktu.¹⁸

Media baru diberi judul "Baru" karena menggunakan teknologi yang paling terkini dalam media lama yakni konvensional. Dari segi teknis, media baru menggunakan teknologi yang terbaru yang lebih maju dan canggih. Lahir dari aspek komunikasi, teknologi ini menawarkan penggunaan baru untuk pengiriman pesan yang tidak ditemukan di media tradisional. Pembaruan tersebut

¹⁷ Ibid hal 167

¹⁸ Sihabudin, Ahmad. 2017. Mediamorfosis Pers di Era Digital.

mempengaruhi penggunaannya. Jika media konvensional sudah menyebar hampir ke semua lapisan elemen masyarakat, media baru masih mempunyai keterbatasan hanya pada kalangan yang tertentu. Pengguna dari media baru mayoritas berdasar dari kalangan menengah ke atas dari segi tingkat pendidikan dan penghasilan. Pengguna kelas menengah atas dalam hal pendapatan dan pendidikan biasanya adalah usia kerja atau orang dewasa. Namun pada kenyataannya, pengguna aktif media baru tidak hanya orang dewasa, tetapi juga anak-anak.

Media baru ditempatkan sebagai bagian krusial atau sangat dalam kehidupan kaum muda. Hal ini dikarenakan, new media dibutuhkan untuk mendukung proses komunikasi dengan satu dan lainnya pada kaum milenial. Saat menjajaki usia muda, seseorang tersebut belum dikenakan tanggung jawab untuk bekerja, sehingga membangun hubungan sosial dengan orang lain masih menjadi suatu aktivitas yang menyenangkan.¹⁹ Kondisi tersebutlah yang telah meningkatkan popularitasnya dan memainkan peran penting dalam hidupnya.

Manfaat dari media baru adalah untuk mempermudah khalayak dalam mendapatkan suatu hal yang diinginkan yaitu:

1. Informasi yang dengan mudah dapat diakses kapanpun dan dimanapun.
2. Sebagai media transaksi penjualan dan pembelian.
3. Sebagai media hiburan, contohnya jejaring social dan streaming video.
4. Sebagai media komunikasi yang efektif.

¹⁹ Kaveri Subrahmanyam & David Smahel. 2011. *Digital Youth : The Role of Media In Development*. London: Springer. Hal 32

5. Untuk media pendidikan dengan disediakannya buku yang berbentuk digital.

2.4 Gatekeeper

Ditulis oleh Kurt Lewin pakar dari Australia dalam bukunya yang berjudul *Human Relation* (1947) ialah yang mencetuskan pertama kali Gatekeeper. Informasi merupakan salah satu unsur dalam komunikasi massa. Mereka yang bertugas mempengaruhi informasi ini bisa disebut sebagai Gatekeeper. Hal tersebut dapat diungkapkan, seorang gatekeeper-lah yang memberikan izin bagi peredaran dari sebuah berita.

Gatekeeper melakukan beberapa peran dalam penggunaannya. Gatekeeper dapat menghilangkan pesan atau menambahkan pesan yang akan disampaikan. Gatekeeper juga dapat menberhentikan informasi dan sekaligus tidak membuka pintu gerbang (gate) awal mula untuk keluarnya sebuah informasi.²⁰

Gatekeeper didalam media massa terdiri dari Berbagai pihak-pihak didalamnya , antara lain penerbit dari suatu majalah, editor pada surat kabar, pengelola dari stasiun radio, produser pada film dan banyak lagi . Fungsi gatekeeper disini adalah mengevaluasi konten atau isi media untuk memenuhi kebutuhan audiensnya. Yang terpenting, gatekeeper berhak untuk tidak mempublikasikan berita yang dianggap mengganggu publik. Dalam struktur organisasi yang terdapat pada media massa, Gatekeeper bukanlah suatu jabatan, melainkan perwujudan dari suatu tugas, di antaranya pada penerbitan majalah, editor surat kabar, manajer stasiun radio siaran, produser pada film, dan lain-lain.

²⁰ Ibid, 118-119.

Gatekeeping sendiri adalah proses menyaring dan memilih mana yang layak ditampilkan untuk ditayangkan dan mana yang tidak untuk di tayangkan .pemilihan berita, dan bahasa penyampaian baik dari materi/ content, yang diperlukan untuk memenuhi kebutuhan sasaran khalayak atau pembaca dari suatu media. Proses menyeleksi suatu berita juga bergantung pada peran para pemasang iklan.

Proses gatekeeping merupakan elemen krusial atau yang terpenting dari tahapan produksi berita di media, dan materi terkait gatekeeping didasarkan pada visi dan misi media dan lingkungan sekitar (kebutuhan media, target audiens). Jika proses gatekeeping tidak berjalan seperti yang diharapkan, ini memiliki dampak internal dan eksternal. Secara internal terkait dengan kredibilitas media, pencapaian tujuan bisnis, dan demoralisasi editorial. Eksternal mengacu yakni pada kepercayaan audiens (distribusi/reputasi), hasil bisnisnya, dan juga masalah hukum. Orang yang melakukan proses gatekeeping disebut gatekeeper dan setiap media dapat diberi nama yang berbeda. Sebagai contoh :

1. Media cetak: redaktur pelaksana, redaktur, pemimpin redaksi, dan reporter.
2. Radio : penyiar,produser,reporter,pemimpin redaksi, dan program director.
3. Televisi : reporter, kameraman, coordinator liputan, produser, editor, news manager dan pemimpin redaksi (PemRed).
4. Online : reporter/ wartawan, editor, pemimpin redaksi (PemRed).

2.5 Media Sosial

Media sosial merupakan suatu wadah yang menitik beratkan atau berfokus pada keberadaan eksistensi pemakai yang mewadahi khalayak untuk berekreasi, berkeaktifitas, dan bekerja sama. Maka dari itu media sosial dapat dilihat sebagai wadah online yang menguatkan hubungan sebuah ikatan sosial.²¹

Media sosial merupakan sekumpulan perangkat lunak yang digunakan individu atau kelompok untuk berkumpul, berbagai atau sekedar komunikasi memberi kabar dengan cara virtual (online). Pada kesimpulannya, media sosial dapat dilakukan berbagai kegiatan dua arah untuk saling bertukar pikiran dan saling berkabar dalam bentuk tulisan, audio, maupun audio.²²

Media sosial merupakan wadah yang muncul pada media siber. Karena dengan melihat sosial media yang ada tidak jauh berbeda dengan sebuah karakter yang dimiliki oleh media siber. Bahkan Gan dan Beer (2008) secara khusus memberikan pemahaman soal kunci untuk memahami media siber.

2.5.1 Fungsi Media Sosial

Perannya sosial media pada saat ini adalah media sosial sudah membentuk kekuatan besar dalam membentuk pola pikir masyarakat dan berbagai bidang dalam kehidupan masyarakat. hal ini yang membuat fungsi media sosial sangat besar. Adapapun fungsi media sosial diantaranya sebagai berikut :

²¹ Nasrullah, Rulli. *Media Sosial; Perspektif Komunikasi, Budaya, dan Sositoteknologi*.(Bandung : Simbiosis Rekatama Media).2015 hal 14

²² Ibid hal 14

1. Media sosial merupakan media yang didesain dengan tujuan untuk memperluas interaksi sosial manusia dalam memanfaatkan internet serta teknologi web.
2. Media sosial sukses mentransformasi penerapan komunikasi searah media siaran dari satu institusi media ke banyak audience (“one to many”) menjadi praktik komunikasi dialogis antar banyak audience (“many to many”).
3. Media sosial menunjang demokratisasi pengetahuan dan informasi. Mentransformasi manusia dari pengguna isi pesan menjadi pembuat pesan itu sendiri.

2.5.2 Karakteristik Media Sosial

Media sosial memiliki ciri khas yang khusus yang menjadikan media sosial memiliki ciri-ciri atau identitas, diantaranya yaitu media sosial berasal dari pemahaman bagaimana media tersebut dimanfaatkan untuk sarana bersosialisasi di dunia maya. Adapun karakteristik yang dimiliki media sosial, yaitu:²³

1. Jaringan (*Netwrok*)

Jaringan merupakan metode yang menghubungkan antara komputer satu dengan komputer lainnya.

2. Informasi (*Information*)

Informasi dalam media sosial merupakan identitas pengguna agar pengguna mudah ditemukan selain itu Informasi menjadi entitas

²³ Nasrullah Ruli. *Media Sosial Perspektif Komunikasi, Budaya, dan Sositeknologi*.(Bandung: Simbiosis Rekatama Media 2017). Hal. 15

penting di media sosial karena pengguna media sosial mengkreasikan representasi identitasnya, memproduksi konten, dan melakukan interaksi berdasarkan informasi.

3. Interaksi (*Interactivity*)

Media sosial sebagai tempat bersosialisasi bagi setiap penggunanya untuk membentuk relasi antar pengguna agar bukan hanya memperluas relasi pertemanan saja namun juga harus dibangun relasi dengan antar pengguna lainnya.

4. Konten oleh pengguna (*user-generated content*)

Dalam sosial media konten sepenuhnya milik pengguna. UGCI adalah hubungan simbiosis dalam budaya media baru yang memberi pengguna kesempatan untuk berpartisipasi. Hal ini berbeda dengan media lama (tradisional) dimana audiensnya hanya sebatas menjadisasikan yang pasif dalam sirkulasi pesan.

2.6 Youtube

Youtube adalah new media yang digunakan untuk melihat postingan video yang disebar oleh orang lain. Youtube yaitu sebuah situs website yang dimanfaatkan untuk membagikan video. Para pengguna dapat mengupload, menonton, berbagi video secara *free*. konten video yang terdapat di youtube biasanya seperti video klip, tv, film, serta video buatan para pengguna youtube sendiri.²⁴

²⁴ Apriyadi tamburaka, *literasi media* (Jakarta: PT Raja grafindo, 2013), cet ke-1. Hal 83

Direlease pada bulan Mei tahun 2005, Youtube telah mempermudah miliaran orang untuk menemukan, menonton, dan membagikan beragam video. Youtube memfasilitasi wadah untuk orang-orang bisa saling berhubungan, bertukar informasi, dan memotivasi orang lain di penjuru dunia, serta bertindak sebagai platform distribusi bagi pembuat konten asli dan pengiklan, baik yang besar maupun kecil.²⁵ Sejak awal dilahirkan, Youtube langsung mendapat sambutan yang sangat baik di publik. Adapun kelebihan YouTube sebagai media bisnis, diantaranya:

- a. Informatif karena YouTube dapat memberikan informasi tentang perkembangan teknologi dan ilmu pengetahuan.²⁶
- b. Cost Effective. Karena YouTube mudah didapat secara *free*.
- c. Potensial. Karena situs ini sangat universal.
- d. Praktis dan lengkap. Karena YouTube bisa dimanfaatkan untuk editing video yang dapat digunakan oleh kaum milenial.
- e. Shareable. Karena link YouTube dapat disebar di berbagai situs lainnya.

2.7 Eksistensi

Menurut Kamus Besar Bahasa Indonesia, eksistensi adalah keberadaan, kehadiran yang mengandung unsur bertahan. Sedangkan dalam Kamus Filsafat Lorens, eksistensi berasal dari kata bahasa latin *existere* yang artinya muncul, ada, timbul, memiliki keberadaan aktual. *Existere* disusun dari *ex* yang artinya keluar dan *sistere* yang artinya tampil atau muncul. Terdapat beberapa pengertian tentang

²⁵ Rulli Nasrullah, Media Sosial, (Bandung: Simbiosis Rekatama Media, 2017)hal 17

²⁶ Kindarto, Asdani, Belajar Sendiri YouTube, (Jakarta: PT Elex Media Komputindo, 2018)hal 23

eksistensi yang dijelaskan menjadi empat pengertian. Pertama, eksistensi adalah apa yang ada. Kedua, eksistensi adalah apa yang memiliki aktualitas. Ketiga, eksistensi adalah segala sesuatu yang dialami dan menekankan bahwa sesuatu itu ada. Keempat, eksistensi adalah kesempurnaan.²⁷

Menurut Aristoteles eksistensi adalah aliran yang melihat manusia pada eksistensinya, yakni sejauh mana keberadaannya diakui oleh masyarakat sekitarnya. Semakin diakui, maka semakin eksis ia. Aliran ini tidak memperhitungkan materi beserta atribut yang dimiliki seseorang sebagai nilai kemanusiaan. Sedangkan Abraham Maslow mengatakan bahwa, pengakuan tentang eksistensi sebagai kebutuhan tertinggi manusia, jauh melampaui kebutuhan rasa aman, kebutuhan sandang, pangan, dan papan.²⁸

Eksistensialisme lebih memfokuskan eksistensi dibandingkan esensi. Hal ini menandakan bahwa tidak ada kebenaran, kecuali kita berkontribusi di dalamnya.²⁹

Maka dapat penulis simpulkan berdasarkan dari pengertian yang diungkapkan oleh Aristoteles dan Kamus Besar Bahasa Indonesia yaitu bahwa pengertian eksistensi merupakan sebuah keberadaan atau kemunculan seseorang maupun hal lain yang keberadaannya ingin diakui oleh orang sekitar karena

²⁷ Sary Eva Yanti, "Eksistensi Radio Republik Indonesia (RRI) Palembang pada Era Media Online", Skripsi Jurusan Jurnalistik, (Palembang: Perpustakaan UIN Raden Fatah Palembang, 2015), h. 40

²⁸ Muhamad Mufid, Etika dan Filsafat Komunikasi, (Jakarta: Kencana, 2015) h. 101.

²⁹ Irwansyah, "eksistensi Komunitas Waria di Tengah Perkembangan Media Informasi(Facebook) di Kota Palembang" Skripsi Jurusan Jurnalistik, (Palembang: perpustakaan UIN Raden Fatah Palembang, 2016) hal 26

pengakuan tentang eksistensi sebagai kebutuhan tertinggi manusia, jauh melampaui kebutuhan rasa aman, kebutuhan sandang, pangan, dan papan.

2.8 Era Digital

Era Digital ialah pengertian yang digunakan dalam lahirnya digital seperti sekarang ini, jaringan internet yang meluas, khususnya pada teknologi informasi komputer. Media Baru sering digunakan untuk menggambarkan teknologi digital. Media Baru mempunyai ciri khas yakni dapat diselewengkan oleh internet. Selain internet seperti halnya media cetak, televisi, majalah, surat kabar dan lainnya tidak termasuk dalam kategori media baru.

Era digital dewasa ini telah menjadi bagian dari kehidupan manusia, pada era ini manusia dari berbagai kalangan mahir dalam menggunakan teknologi digital. Ada banyak perubahan pola kehidupan manusia yang terjadi dalam era digitalisasi ini, yaitu pola belajar mengajar, pola penyebaran informasi, dan pola komunikasi antar manusia dengan manusia lainnya.

Dalam era digitalisasi portal-portal media berkembang mengikuti kemajuan teknologi yang ada, perlahan tapi pasti media-media percetakan berevolusi menjadi media online, seperti jurnal, majalah, buku, media berita, dan media-media online lainnya. Hal seperti ini berdampak positif dan negatif.

2.9 Kerangka Pemikiran



Gambar 2. 1 Kerangka Pemikiran Diolah oleh peneliti

Sumber : Hasil Olahan Penulis 2022