

**BAB II**  
**KAJIAN PUSTAKA**

**2.1 Penelitian Terdahulu**

Peneliti ingin melihat Kebijakan Redaksional Kanal Youtube Tempodotco dalam proses Produksi Program Trending. Dalam awalan bab ini peneliti akan menjabarkan beberapa tujuan peneliti atau yang biasa disebut dengan penelitian terdahulu, yang tentunya memiliki ketertarikan dengan penelitian yang peneliti buat pada saat ini. Berikut adalah hasil penelitian terdahulu yang memiliki ketertarikan dalam penelitian ini.

*Tabel 2.1 Penelitian Terdahulu*

| No | Nama/Kampus    | Judul  | Metode                | Hasil   |
|----|----------------|--|-----------------------|---|
| 1  | Tricahyani Tri | KEBIJAKAN REDAKSIONAL DI REDAKSI LIPUTAN6.COM DALAM MEMPRODUKSI BERITA | Penelitian Kualitatif | Meningat hasil penelitian yang diperoleh para ilmuwan sebagai informasi dan konsekuensi dari pertemuan puncak ke bawah, para ahli berbicara tentang efek lanjutan dari eksplorasi sehubungan dengan rencana masalah tersebut. untuk pembuatan berita. Penelitian ini menunjukkan bahwa dari lima level yang dikemukakan oleh Shoemaker dan Reese, ada empat level yang paling berpengaruh terhadap substansi pesan komunikasi luas di media berbasis web Liputan6.com. tingkat media dan filosofis. Seluruh perwakilan media online Liputan6.com, baik kolumnis, redaktur |

|   |                    |  |                       |   |
|---|--------------------|--|-----------------------|---|
|   |                    |  |                       | <p>maupun lainnya, menjalankan kewajibannya sesuai dengan apa yang tidak ditetapkan tanpa memperhatikan pedoman yang telah ditetapkan mulai dari proses merinci, mengubah dan mendistribusikan. Liputan6.com merupakan media berbasis web yang diperlukan dalam pengungkapan artikel, sehingga harus memiliki kesempatan untuk menilai berita dari penulis, namun mengacu pada aturan yang ditetapkan untuk menjamin tidak ada kesalahan atau campur aduk yang serius. Saat merencanakan berita yang akan disampaikan, semua proses pembuatan yang telah diselesaikan berjalan dengan cara yang tidak ada habisnya dan dapat dipertanggungjawabkan tepat waktu.</p>             |
| 2 | Valent Febri Yusra | Manajemen Redaksi Beritasatu Tv Dalam Menghadapi Persaingan Industri MediaElektronik | Penelitian Kualitatif | <p>Hasil dari tinjauan ini, desain fungsional Veritasatsu TV sebagai media elektronik adalah pencarian berita dari Veritasatsu TV, dimulai dengan cara yang paling umum untuk menentukan subjek, tempat, dan sumber berita, dan ini adalah hari-hari sebelum berita. menyimpulkan dalam rapat pencarian berita. Kemudian kami pergi ke divisi penciptaan untuk mengatur bundling, ide dan berita. Pergi ke area transmisi dan akan dikomunikasikan kepada pemirsa di Beritasatu TV. Kerangka administrasi yang dianut Beritasatu TV bersifat terbuka. Setiap pekerja melakukan tugas utama sesuai metode yang sesuai dan mengarahkan satu sama lain. Setiap strategi selalu</p> |

|   |               |  |                       |  |
|---|---------------|--|-----------------------|--|
|   |               |  |                       | dibicarakan bersama pada pertemuan hari ke hari atau minggu demi minggu. Beritasatu Tv menghadapi kontes dalam bisnis perangkat keras dengan tetap menjadi stasiun TV berita yang penuh dengan berita 24 jam setiap hari.  |
| 3 | Achmad Herman | Kebijakan Redaksi Kompas Tv Makassar Dalam Berita. Menyenangkan    | Penelitian Kualitatif | Dalam hasil penelitian, para ilmuwan memperkenalkan efek samping dari pertemuan atas ke bawah terkait dengan dua hal. Secara keseluruhan, aturan berita yang layak diberitakan, dan mengapa supervisor Kompas TV Makassar mengomunikasikan berita serupa. satu hari lagi. Menurut perspektif editorial, berita bukanlah apa yang terjadi, juga bukan pernyataan seseorang. Sejumlah besar peristiwa dapat terjadi pada waktu yang acak, dan banyak orang dapat berbicara entah dari mana, jelas tidak semuanya layak diberitakan. Hanya sedikit yang masuk akal untuk menyiarkan dan mendistribusikan. |
| 4 | Achmad Yani   | Kebijakan Redaksional Anninda Online pada Kanal Citizen Journalism | Penelitian Kualitatif | Sebagai konsekuensi dari tinjauan, para ahli mengamati bahwa setiap artikel dan memenuhi standar layak untuk didistribusikan di sebuah media, baik komposisi yang dibuat oleh seorang penulis atau non-kolumnis. Kualifikasi artikel yang akan didistribusikan dalam hal memenuhi aturan strategi publikasi. Substansi dan tayangan sesuai visi dan misi media akan didistribusikan. Menahan duplikat unik yang dibuat dan kemudian diputuskan oleh direktur utama, berpendapat bahwa manajer di atasan  |

|   |                |  |                       |   |
|---|----------------|--|-----------------------|---|
|   |                |  |                       | memiliki kemampuan untuk memilih kata mana yang akan keluar.  |
| 5 | Muhammad Tohir | Kebijakan Redaksional Surat Kabar Republika dalam Menentukan Berita yang dipilih menjadi <i>Headline</i> | Penelitian Kualitatif | Pada hasil penelitian, peneliti menjabarkan hasil bahwa dalam menentukan berita untuk <i>Headline</i> berpijak pada kriteria dan standart <i>Headline</i> , di tentukan Mengingat isu atau data yaitu, kekuatan daerah yang serius untuk menarik, banyak dinanti oleh daerah, seharusnya berita yang berkualitas baik dan layak disebarluaskan, tidak melenceng dari visi dan misi, melihat dampak, baik positif maupun negatif bagi daerah setempat. |

Berdasarkan penelitian terdahulu yang ditulis oleh penulis terdapat persamaan dalam penelitian Tricahyani Tri yaitu tentang membahas kebijakan redaksional, Teknik pengujian yang digunakan oleh pencipta juga sangat mirip, lebih tepatnya strategi eksplorasi subjektif kualitatif.

Sedangkan pembedanya terletak pada titik fokus eksplorasi, wilayah penelitian, dan media yang digunakan. Analisis memanfaatkan media online sedangkan dalam pemeriksaan Tricahyani Tri memanfaatkan media elektronik (Televisi).

Berdasarkan peneliti terdahulu yang ditulis oleh penulis terdapat persamaan dalam penelitian Valent Febri Yusra yaitu tentang membahas tentang redaksi, metode penelitian yang digunakan oleh penulis juga sama yaitu metode penelitian kualitatif.

Sedangkan perbedaannya terletak pada focus penelitian ,lokasi

penelitian, membahas tentang manajemen redaksi, dan media yang digunakan. Peneliti menggunakan media online sedangkan spesialis Valent Febri Yusra memanfaatkan media elektronik (Televisi).

Berdasarkan penelitian terdahulu yang ditulis oleh penulis terdapat persamaan dalam penelitian Achmad Herman yaitu tentang membahas kebijakan redaksi, metode penelitian yang digunakan oleh penulis juga sama yaitu metode penelitian kualitatif.

Sedangkan perbedaannya terletak pada focus penelitian, lokasi penelitian, dan media yang digunakan. Peneliti menggunakan media online sedangkan dalam penelitian Achmad Herman menggunakan media elektronik (Televisi).

Berdasarkan penelitian terdahulu yang ditulis oleh penulis terdapat persamaan dalam penelitian Achmad Yani yaitu tentang membahas kebijakan redaksional, metode penelitian yang digunakan oleh penulis juga sama yaitu metode penelitian kualitatif.

Sedangkan perbedaannya terletak pada focus penelitian, lokasi penelitian, dan media yang digunakan. Peneliti menggunakan media online sedangkan dalam penelitian Achmad Yani menggunakan media online yaitu Majalah Online.

Berdasarkan peneliti terdahulu yang ditulis oleh penulis terdapat persamaan dalam penelitian Muhammad Tohir yaitu membahas tentang Kebijakan Redaksional, metode penelitian yang digunakan oleh penulis juga sama yaitu metode penelitian kualitatif.

Sedangkan perbedaannya terletak pada focus penelitian, lokasi penelitian, dan media yang digunakan. Peneliti menggunakan media cetak, sedangkan dalam pemeriksaan Muhammad Tohir ia menggunakan media cetak (koran).

## **2.2 Teori Kebijakan Redaksi**

Kebijakan redaksional yang dibuat oleh sebuah media massa, berkaitan erat dengan kebijakan media massa sesuai dengan hukum media massa yang berlaku di negara masing-masing dan teori pers yang dianut oleh negara tersebut. Dalam buku *Jurnalistik Baru* karangan Sudirman Tebba, menjelaskan mengenai bagaimana Indonesia menganut teori pers.

Konsep kebebasan pers muncul sebagai reaksi pers otoriter yang berkembang sebelumnya, karena pers otoriter tidak dianggap demokratis dan tidak relevan dengan gagasan kebebasan individu yang muncul sebagai konsekuensi dari berkembangnya paham liberalisme dan individualisme dalam masyarakat. Tetapi perkembangan pers itu menimbulkan kekhawatiran yang lalu mendorong lahirnya suatu gagasan dan teori pers tanggung jawab sosial.

Pencetus teori tanggung jawab sosial berpendapat bahwa orang-orang yang menguasai media massa harus bertanggung jawab kepada masyarakat. Itu sebabnya pers di Indonesia, terutama sejak pemerintahan orde baru, dinyatakan sebagai pers yang bebas dan bertanggung jawab, yaitu pers yang menjalankan fungsinya sebagai penyebar informasi yang objektif, dalam menyalurkan aspirasi rakyat dan meluaskan komunikasi dan partisipasi masyarakat.

Kebijakan redaksi merupakan dasar pertimbangan suatu lembaga media massa untuk memberitahukan atau menyiarkan suatu berita. Kebijakan redaksional

juga merupakan sikap redaksi suatu lembaga mediamassa, terutama media cetak, terhadap masalah aktual yang berkembang, yang biasanya dituangkan dalam bentuk berita<sup>2</sup>.

Dasar pertimbangan suatu lembaga media massa untuk menyiarkan atau tidak menyiarkan peristiwa, pertama-tama ditentukan oleh sifat mediamassa yang bersangkutan. Media massa itu ada yang bersifat umum dan adajuga yang bersifat khusus. Media massa yang bersifat khusus, misalnya media massa ekonomi, hanya menyiarkan berita ekonomi dan hal-hal yang berkaitan dengan ekonomi, media massa politik dan sebagainya.

Kemudian kalau media massa itu bersifat umum, maka ia pada prinsipnya menyiarkan setiap peristiwa yang menarik dan penting. Tetapi karena peristiwa yang menarik itu banyak, maka belum tentu bisa menyiarkan semua sehingga harus di tentukan dasar pertimbangannya untuk menyiarkan suatu peristiwa dalam sebuah rapat redaksi<sup>3</sup>.

Kerja redaksi media cetak atau elektronik umumnya di dahului oleh rapat perencanaan berita atau biasa disebut dengan rapat redaksi. Rapat ini biasanya diikuti jajaran redaksi, mulai dari pemimpin redaksi, redaktur pelaksana, koordinator liputan, para redaktur dan reporter. Isi rapat membicarakan rencana berita-berita yang akan mengisi satu media cetak atau elektronik bisa dipersiapkan lebih awal, lebih matang dan berkualitas. Perencanaan berita menjadi sangat vital karena

---

<sup>2</sup> Aries Budiono, Mustofa Muchdhor, Sudirman Tebba, *Jurnal Baru*, (Jakarta: Kalam Indonesia, 2005), hlm. 150

<sup>3</sup> Aries Budiono, Mustofa Muchdhor, Sudirman Tebba, *Jurnal Baru*, (Jakarta: Kalam Indonesia, 2005), h. 151.

menentukan isi media<sup>4</sup>.

Dasar-dasar kebijakan yang bersifat khusus yang menjadi kriteria bagi suatu media massa untuk menyiarkan atau tidak menyiarkan suatu peristiwa, selain itu ada pertimbangan-pertimbangan yang bersifat khusus, yaitu angle (sudut pandang) suatu peristiwa. Karena setiap peristiwa, apalagi peristiwa besar, biasanya mengandung banyak angle. Angle-angle itu boleh jadi tidak diliput seluruhnya atau sebagian diliput secara mendalam dan sebagian lainnya hanya diliput sekedarnya. Ini tergantung pada kebijakan redaksi tentang angle yang paling penting untuk diliput dan dandisiarkan serta angle mana yang kurang penting<sup>5</sup>.

Pertimbangan khusus itulah yang menentukan peristiwa tertentu yang merupakan ciri khas suatu lembaga media massa yang sebenarnya bersifat umum, seperti halnya surat kabar Riau Pos. Pemilihan liputan khusus atau pemilihan peristiwa tertentu menjadi dasar pertimbangan redaksi yang sangat strategis. Kebijakan redaksi juga di tentukan oleh pemilik lembaga media massa yang bersangkutan. Setiap lembaga ada pemiliknya dan dia memiliki berbagai kepentingan yang harus dijaga, seperti kepentingan bisnis .hal ini karena dasar pertimbangan untuk menyiarkan suatu peristiwa dalam sebuah media massa tentunya mengacu pada masalah bisnis<sup>6</sup>.

Karena berita mempertimbangkan hasil produknya pada aspek komersial maka dari itu aspek komersial sering menjadi bahan pertimbangan kebijakan redaksi dalam menentukan headline, banyak mediakini cenderung memilih

---

<sup>4</sup> Zaenuddin.H.M, *Ayat-Ayat Jurnalistik*, (Jakarta,2011), h. 82.

<sup>5</sup> Aries Budiono, Mustofa Muchdhor, Sudirman Tebba, *Jurnalis Baru*, (Jakarta:Kalam Indonesia,2005), h. 154-155.

<sup>6</sup> *Ibid*, 154-155.



headline yang menarik pembaca alias laku dijual . semakin menarik headline-nya semakin banyak pula pembaca yang membeli media tersebut dan oplahnya akan meningkat Di sinilah redaksi media dituntut untuk memiliki feeling yang tepat dalam menentukan headline halamn utama. Redaksi harus mampu menemukan headline yang memiliki nilai jurnalistik sekaligus menarik perhatian pembaca<sup>7</sup>.

### 2.2.1 Kebijakan

Secara umum kebijakan atau policy dipergunakan untuk menunjukan perilaku seseorang aktor misalnya seorang pejabat, suatu kelompok, maupun lembaga tertentu untuk memecahkan masalah yang sedang dihadapi. Pada dasarnya terdapat banyak penjelasan dengan batasan-batasan atau pengertian mengenai kebijakan.

Menurut Noeng Muhadjir kebijakan merupakan upaya memecahkan problem sosial bagi kepentingan masyarakat atas asas keadilan dan kesejahteraan masyarakat. Dan dalam kebijakan setidaknya harus memenuhi empat hal penting yakni;

1. Tingkat hidup masyarakat meningkat
2. Terjadi keadilan: *By the law, social justice*, dan peluang prestasi dan kreasi individual.
3. Diberikan peluang aktif partisipasi masyarakat (dalam membahas masalah, perencanaan, keputusan dan implementasi).
4. Terjaminnya pengembangan berkelanjutan.<sup>8</sup>

---

<sup>7</sup> Zaenuddin.H.M, *Ayat-Ayat Jurnalistik*, (Jakarta,2011), h. 179.

<sup>8</sup> Noeng Muhadjir, *Ilmu pendidikan dan Perubahan Sosial. Teori Pendidikan Pelaku Sosial Kreatif*. Yogyakarta : Raka Sarasin, th.2000, h. 15

Kemudian Monahan dan Hengst seperti yang dikutip oleh Syafaruddin bahwa kebijakan (policy) secara etimologi diturunkan dalam bahasa Yunani, yaitu “Polis” yang artinya kota (city).<sup>9</sup>

Pendapat ini menjelaskan kebijakan mengacu kepada cara-cara dari semua bagian pemerintahan mengarahkan untuk mengelola kegiatan mereka. Dalam hal ini, kebijakan berkenaan dengan gagasan pengaturan organisasi dan merupakan pola formal yang sama-sama diterima pemerintah atau lembaga sehingga dengan hal itu mereka berusaha mengejar tujuannya.

Berdasarkan penjelasan di atas diketahui bahwa kebijakan merupakan petunjuk dan batasan secara umum yang menjadi arah dari tindakan yang dilakukan dan aturan yang harus diikuti oleh para pelaku dan pelaksana kebijakan karena sangat penting bagi pengolahan dalam sebuah organisasi serta mengambil keputusan atas perencanaan yang telah dibuat dan disepakati bersama. Dengan demikian kebijakan menjadi sarana pemecahan masalah atas tindakan yang terjadi.

Dapat disimpulkan bahwa kebijakan adalah sebagai rangkaian konsep dan azas yang menjadi garis besar dari dasar pada masalah yang menjadi rencana dalam pelaksanaan suatu pekerjaan, kepemimpinan dan cara bertindak, pernyataan cita-cita, prinsip, atau maksud dalam memecahkan masalah sebagai garis pedoman untuk manajemen dalam usaha mencapai sasaran atau tujuan. Dengan kata lain sebagai pedoman untuk bertindak bagi pengambilan keputusan.

---

<sup>9</sup> Heinz Weihrich and Harold Koontz, *Management A.Global Perspective Tent Edition* (New York : McGraw-Hill, Inc., 1993), h 123

### 2.2.2 Redaksi

Redaksi adalah bagian atau sekumpulan orang dalam sebuah organisasi perusahaan media massa (cetak, elektronik, online) yang memiliki tugas untuk menolak atau mengizinkan pemuatan sebuah tulisan atau berita melalui berbagai pertimbangan, di antaranya ialah bentuk tulisan berupa berita atau bukan, bahasa, akurasi, dan kebenaran tulisan.

Dari definisi yang telah dijelaskan diatas dapat disimpulkan oleh penulis bahwa redaksi adalah sekumpulan orang yang bekerja dalam bentuk tim (Team Work) dalam sebuah organisasi media massa yang bekerja untuk mencapai tujuan bersama yang tugas utamanya yaitu mempertimbangkan serta memilih berita mana yang layak atau tidak layak untuk di publish dari segi bahasa, akurasi maupun kebenaran tulisan<sup>10</sup>.

Semua hal itu akan dipertimbangkan oleh redaktur pada sebuah perusahaan media. Bagian redaksi merupakan bagian yang mengurus pemberitaan. Bagian ini memiliki pemimpin yaitu pemimpin redaksi yang pekerjaannya berhubungan dengan pencarian dan penyampaian berita.

Dalam mengurus pemberitaan akan disibukkan dengan yang namanya rapat redaksi, rapat yang membahas berita mana yang akan diangkat dalam sebuah media massa. Fungsi utama dari manajemen redaksi adalah bagaimana informasi yang disampaikan tersebut dapat diterima dengan baik oleh pembacanya. Untuk itu, manajemen redaksi yang teratur dan terarah sangat penting. Manajemen redaksi

---

<sup>10</sup> Kurniawant Junaedhie, *Ensiklopedit Pers Indonesia* (Jakarta: PT. Gramedia Pustaka Utama, 1991), hal. 226-227

berkaitan erat dalam proses pembuatan berita hingga siap terbit. Tentunya hal ini menyangkut kualitas berita tersebut, layak atau tidak untuk disajikan.

### 2.3 Teori Manajemen Redaksi

Menurut pendapat Stefanus Akim, manajemen redaksi adalah perencanaan, pengorganisasian, pengarahan dan pengawasan terhadap pengadaan, pengembangan, kompetensi, integrasi dan pemeliharaan orang-orang dengan tujuan membantu mencapai tujuan organisasi (pers), individual dan masyarakat<sup>11</sup>.

Dalam manajemen media, ada beberapa pembagian manajemen agar setiap departemen fokus menjalankan tugas masing-masing. Pembagian beberapa manajemen tersebut merupakan bagian redaksional, produksi maupun bisnis.

Bagian redaksional yaitu bagian yang mengurus pemberitaan. Bagian redaksional dipimpin oleh pemimpin redaksi yang pekerjaannya terkait pencarian dan penyampaian berita. Jajaran ini disibukkan oleh rapat redaksi yang akan membahas berita mana yang akan diangkat dan ditangguhkan.

George Terry (1972) mendefinisikan manajemen sebagai suatu proses yang membedakan atas perencanaan, pengorganisasian, pengarahan dan pengawasan dengan memanfaatkan baik ilmu maupun seni demi mencapai tujuan yang telah ditetapkan sebelumnya.

Manajemen sangat penting bagi setiap aktivitas individu atau kelompok dalam organisasi untuk mencapai tujuan yang diinginkan. Manajemen berorientasi pada proses (process oriented) yang berarti bahwa manajemen membutuhkan

---

<sup>11</sup> Stefanus, Akim. 2005. *“Manajemen Keredaksian,”* Jakarta: Yayasan Obor. hal.188

sumber daya manusia, pengetahuan, dan keterampilan agar aktivitas menjadi lebih efektif atau dapat menghasilkan tindakan dalam mencapai kesuksesan. Teori George R. Terry memberikan penjelasan mengenai fungsi manajemen sebagai berikut:

### **1. Fungsi Perencanaan (Planning)**

Perencanaan (Planning) adalah mencakup kegiatan penentuan tujuan serta mempersiapkan rencana dan strategi yang akan digunakan untuk mencapai tujuan. Dari definisi diatas, dapat disimpulkan oleh penulis bahwa perencanaan adalah kegiatan merencanakan sesuatu untuk mencapai tujuan tertentu. Dengan kata lain, perencanaan mencakup semua kegiatan yang dimulai dari ide atau gagasan sampai dengan pelaksanaan proses pencarian berita.

### **2. Fungsi Pengorganisasian (organizing)**

Pengorganisasian (organizing) adalah proses penyusunan struktur organisasi yang sesuai dengan tujuan organisasi, sumber daya yang dimiliki dan lingkungan yang melingkupinya.

Dari definisi yang telah dijelaskan di atas dapat disimpulkan bahwa fungsi pengorganisasian merupakan proses penyusunan struktur organisasi yang sesuai dengan tujuan dan sumber. Hasil dari fungsi pengorganisasian adalah struktur organisasi. Dengan struktur organisasi itu tim redaksi bekerja sesuai dengan posisinya.

### **3. Fungsi Pengarahan (Actuating)**

Pengarahan (actuating) membuat semua anggota kelompok, agar mau bekerja sama dan bekerja secara ikhlas serta bersemangat untuk mencapai

tujuan sesuai dengan perencanaan dan usaha-usaha pengorganisasian.

Dari definisi di atas, dapat disimpulkan bahwa pendampingan adalah komunikasi persuasif yang memaksimalkan motivasi bawahan untuk menciptakan produktivitas bawahan. Fungsi direktur sangat penting dalam sebuah organisasi media karena bertujuan untuk membangun hubungan yang baik antara manajer dan bawahannya, dan untuk memastikan bahwa tugas mereka selaras dengan visi dan misi media itu sendiri.

#### **4. Fungsi Pengawasan (Controlling)**

Pengawasan (controlling) untuk mengawasi segala kegiatan agar tertuju kepada sasarannya, sehingga tujuan yang telah ditetapkan dapat tercapai. Fungsi pengawasan dalam media massa meliputi persiapan suatu standar kuantitas dan kualitas hasil kerja, baik dalam bentuk produk, pelaksanaan tugas (tupoksi) setiap jabatan, menyeleksi produk, mengawasi penjualan yang diberikan perusahaan organisasi dalam usaha pencapaian tujuan, produktivitas, dan terciptanya citra yang positif.

#### **2.4 New Media**

Perkembangan teknologi komunikasi dan informasi yang semakin pesat dewasa ini, telah membuat dunia terasa makin luas dan ruang seolah menjadi tak berjarak lagi. Perubahan informasi kini tidak lagi dalam jangkaminggu ataupun hari bahkan jam sudah mulai terkalahkan dengan waktu tiap detik. Istilah 'media baru' (new media) telah digunakan sejak tahun 1960-an mencakup seperangkat teknologi komunikasi yang semakin berkembang dan beragam.

Dalam bukunya Teori Komunikasi Massa, McQuail menjelaskan bahwa

“Media Baru atau New Media adalah berbagai perangkat teknologi komunikasi yang berbagi ciri yang sama yang mana selain baru dimungkinkan dengan digitalisasi dan ketersediaannya yang luas untuk penggunaan pribadi sebagai alat komunikasi”. Menurut Denis McQuail ciri utama media baru adalah adanya saling keterhubungan, aksesnya terhadap khalayak individu sebagai penerima maupun pengirim pesan, interaktivitasnya, kegunaan yang beragam sebagai karakter yang terbuka, dan sifatnya yang ada di mana-mana.

Klaim status paling utama sebagai media baru dan mungkin juga sebagai media massa adalah internet. Meskipun demikian, ciri-ciri massal bukanlah karakteristik utamanya. Castells berpendapat bahwa pada awalnya, internet dimulai sebagai alat komunikasi nonkomersial dan pertukaran data antara profesional, tetapi perkembangan selanjutnya adalah internet sebagai penyedia barang dan jasa, dan sebagai alat komunikasi pribadi dan antarpribadi<sup>12</sup>.

Teori difusi dan inovasi, Everett M. Rogers, seperti yang dikutip oleh Nurudin, dikatakan bahwa “Komunikator yang mendapatkan pesan dari media massa sangat kuat untuk mempengaruhi orang – orang. Dendandemikian inovasi (penemuan), lalu disebarkan (difusi) melalui media massa akan kuat mempengaruhi massa untuk mengikutinya”.<sup>13</sup>

Penjelasan diatas dapat dilihat bagaimana media memiliki pengaruh yang sangat kuat untuk membentuk opini publik. Masyarakat akan diarahkan pada sebuah isu atau pemberitaan yang dibawa oleh media massa. Dalam menyampaikan

---

<sup>12</sup> McQuail, Denis. Teori komunikasi massa. (Jakarta: Salemba Humanika. 2011). h. 43

<sup>13</sup> Nurudin. Pengantar Komunikasi Massa. (Jakarta : PT Raja Grafindo Persada. 2007). h. 188.

suatu pesan kepada khalayak tentu seorang komunikator membutuhkan media dalam menyampaikannya. Banyak sekali media atau jenis komunikasi massa yang digunakan dan dimanfaatkan untuk menyampaikan pesan. Perkembangan zaman juga mempengaruhi jenis komunikasi massa yang ada.

Di era digital seperti ini ada beragam pilihan media yang bisa digunakan seperti televisi, media cetak bahkan media online. Kebutuhan akan informasi pada saat ini, membuat manusia lebih memilih media yang mudah dan cepat diakses untuk mendapatkan informasi. Bahkan pada faktanya saat ini hampir semua manusia atau masyarakat yang hidup di era digital seperti memiliki alat atau teknologi yang digunakan untuk mengakses informasi seperti smartphone, atau sejenisnya. Maka komunikator akan sangat dimudahkan dalam hal ini untuk menyampaikan pesan kepada orang banyak.

Dengan semakin menjamurnya penggunaan internet dan didukung dengan kemajuan di bidang teknologi informasi dan telekomunikasi, terjadilah pemekaran (konvergensi) dari media-media yang sudah ada sebelumnya yang dikenal dengan new media atau media baru.

Teori konvergensi seperti yang dikutip Septiawan, (2005:135) dalam bukunya yang berjudul *Jurnalisme Kontemporer*, menyatakan bahwa “Berbagai perkembangan bentuk media massa terus merentang dari sejak awal siklus penemuannya. Setiap model media terbaru tersebut cenderung merupakan perpanjangan, atau evolusi dari model-model terdahulu. Dalam konteks ini, internet



bukanlah suatu pengecualian”.<sup>14</sup>

Sebagaimana ditunjukkan oleh Romli (2012:30), secara definisi, media online (online media) disebut juga cybermedia (media digital), media web (web media), dan media baru (new media) dapat diartikan sebagai media yang diperkenalkan. internet berdasarkan situs. web (situs) web. Sebenarnya atau benar-benar, media online adalah komunikasi siaran dan media berbasis penglihatan dan suara (PC dan web). Yang diingat untuk kelas media berbasis internet adalah pintu masuk, situs (situs, termasuk website dan hiburan virtual seperti Facebook dan Twitter), radio online, TV online, dan email<sup>15</sup>.

#### **2.4.1 Media Online**

Media online merupakan media yang menggunakan internet, sepiantas orang akan menilai media online merupakan media elektronik, tetapi para pakar memisahkannya dalam kelompok tersendiri. Alasannya media online menggunakan gabungan proses media cetak dengan menulis informasi yang disalurkan melalui sarana elektronik, tetapi hubungan dengan komunikasi personal yang terkesan perorangan<sup>16</sup>.

Media online adalah media massa yang dapat kita temukan di internet. Media online juga menggunakan kaidah-kaidah jurnalistik dalam sistem kerja mereka. Internet sebagai media online adalah media baru, internet memiliki

---

<sup>14</sup> Septiawan Santana K. *Jurnalisme Kontemporer*. (Jakarta: Yayasan Obor Indonesia. 2005). h. 135

<sup>15</sup> Romli, Asep Syamsul M. *Jurnalistik Online. Panduan Praktis Mengelola. Media Online*. (Bandung : Nuansa Cendikia. 2012). h. 30.

<sup>16</sup> Akbar.Ali S.T.Menguasai Internet Plus Pembuatan Web. Bandung: M2S.2005, hal. 13

beberapa karakteristik, seperti media yang berbasis teknologi, berkarakter fleksibel, potensi interaktif, berfungsi secara privat dan publik, memiliki aturan yang rendah dan berhubungan.

Internet juga membuat pintu lain untuk asosiasi yang dapat diakses dari mana saja di planet ini. Elemen cerdas dari Internet dapat menjadi aset yang berguna untuk membangun dan mempertahankan koneksi yang sangat berharga jika Web digunakan dengan benar<sup>17</sup>. Dengan media, individu memenuhi kebutuhan mereka untuk berbagai hak istimewa. Salah satu media web yang didelegasikan adalah media terbaru.

Media online tidak memusnahkan media lama, tetapi menggantikannya. Media web adalah jenis pelaporan lain karena memiliki beberapa kualitas dan kualitas penyiaran berita konvensional. Elemen barunya diciptakan dalam inovasinya, yang memberikan hasil potensial tanpa batas dalam penanganan dan penyampaian pesan<sup>18</sup>.

Jadi dari berbagai definisi di atas dapat disimpulkan oleh penulis bahwa media daring disini, diartikan sebagai media untuk mencapai sasaran yang akan dicapai dalam penyajian berita.

Media online yang dilakukan dalam penelitian ini yaitu celebrities.id. Berikut ini merupakan kelebihan dan kekurangan mediaonline :

#### **a. Kelebihan Media Online**

Media Online memiliki kelebihan tersendiri, informasinya lebih bersifat

---

<sup>17</sup> MariatAssumpte Rumanti, Dasar-dasar Public Relation: teori dan praktik, 2002, hal. 101

<sup>18</sup> Santana K, Septiawan, JurnalimetKontemporer, Jakarta: Yayasan Obor Indonesia, 2005, hal. 52

personal yang dapat diakses oleh siapa aja, kapan saja, dan di manasaja. Tentu ada syaratnya berupa seperangkat komputer dan jaringan internet. Kelebihan lainnya yaitu informasi yang disebarakan dapat di update setiap saat apa perlu setiap detik. Selain itu media online juga melengkapi fasilitas pencarian berita dan persiapan berita yang dapat diakses dengan mudah.

#### **b. Kekurangan Media Online**

Kelemahan media online yaitu terletak pada peralatan dan kemampuannya penggunaannya. Media online harus menggunakan perangkat komputer dan jaringan internet yang sampai saat ini biayanya cukup mahal khususnya di indonesia, belum semua wilayah memiliki jaringan internet, disamping itu diperlukan keahlian khusus guna memanfaatkannya, dan mungkin juga belum banyak yang menguasainya.

Kemampuan media online setara dengan komunikasi luas secara keseluruhan. Berikut ini adalah bagian dari elemen media online, lebih spesifiknya:

- Fungsi informasi
- Fungsi sosialisasi
- Fungsi hiburan
- Fungsi Pendidikan
- Fungsi memajukan kebudayaan

Tentunya tidak hanya fungsi, media online juga memiliki karakteristik ataupun ciri yang membedakannya dengan media lainnya, berikut ini ciri-ciri media online, yaitu:

### **1) Kecepatan Informasi**

Karakter media online yang paling terlihat dengan media konvensional yaitu kecepatan informasinya. Peristiwa ataupun kejadian yang ada dilapangan dapat langsung dishare dalam waktu beberapa detik atau menit. Tidak seperti media cetak yang membutuhkan waktu lebih lama dalam mempublikasikannya.

### **2) Informasi Dapat Di-Update**

Penyampaian informasi pada media online dapat dilakukan secara realtime dan terus menerus. Ketika ada suatu pembaruan informasi terkait informasi lama, maka dapat dilakukan perubahan. Proses pembaruan ini dapat dilakukan secara realtime.

### **3) Dapat Berinteraksi Dengan Audiens**

Fungsi interaktif yang tidak dimiliki media konvensional yaitu berinteraksi dengan audiens. Media online memiliki fitur email, chat, survey, kolom komentar dan lainnya yang berfungsi untuk dijadikan cara berinteraksi dengan audiens.

### **4) Personalisasi**

Pengguna media online dapat memilih dan menentukan informasi apa yang dibutuhkan. Dengan begitu, pengguna akan membaca informasi yang diinginkan dan sesuai dengan pilihannya saja.

### **5) Kapasitas Muatan Dapat Ditambah**

Setiap media online didukung oleh media penyimpanan data di server komputer. Dengan menambah kapasitas media penyimpanan, maka tidak akan khawatir informasi lama yang pernah dipublish hilang sementara informasi baru

tetap dapat dipublish.

## 6) Terhubung Dengan Sumber Lain

Pada media online semua informasi yang disajikan dapat dikaitkan dengan sumber lain yang relevan, baik dari sumber yang sama maupun dari sumber yang berbeda. Dengan penggunaan hyperlink, maka pengguna akan terhubung dengan informasi lain dengan satu klik saja.

### 2.5 Youtube

YouTube saat ini menjadi sumber hiburan, inspirasi, motivasi, bisnis, dan edukasi yang tersedia secara lengkap dan up-to-date. Semua bisa pengguna dapatkan dari YouTube secara bebas dan tanpa batas. Adalah situs web yang memungkinkan pengguna untuk menyimpan, menonton, dan membagikan video secara publik. YouTube menjadi tempat/ sarana terbaik untuk berbagi video dari seluruh dunia, mulai dari video pendek, tutorial, vlog, film pendek, trailer film, musik, edukasi, animasi, hiburan, berita, TV, serta beragam info menarik lainnya. Pertumbuhan pengguna smartphone dan internet yang semakin tinggi membuat video YouTube juga makin variatif. Secara umum, kebanyakan konten YouTube di upload oleh individu, sebut saja konten kreator/ Youtubers.

Jika TV tidak dapat memutar kembali acara yang sudah lewat, tetapi karakteristik Youtube yaitu dapat memutar kembali atau berkali-kali acara dan berita yang sudah keluar di TV atau isu-isu yang sedang banyak di bicarakan masyarakat dan bisa di nikmati masyarakat kapan saja tanpa harus berpatokan dengan jam tayang. Youtube juga lebih gampang untuk mencari konten sesuai dengan yang kita cari seperti Musik, Live, Acara Memasak, Video Mix, dan

sebagainya, bahkan kini Youtube mempunyai Fitur baru yaitu Shorts Video untuk memanjakan penonton dengan konten-konten pendek dari video Shorts di Youtube.

Kelebihan dan Kekurangan Video Youtube dalam Pelatihan Keunggulan video Youtube dalam pelatihan antara lain:

1. Potensial yaitu Youtube merupakan situs yang paling populer di dunia internet saat ini yang mampu memberikan edit value terhadap education atau pendidikan.
2. Praktis yaitu Youtube mudah digunakan dan dapat diikuti oleh semua kalangan termasuk siswa dan guru.
3. Informatif yaitu Youtube memberikan informasi tentang perkembangan ilmu pendidikan, teknologi, kebudayaan, dll.
4. Interaktif yaitu Youtube memfasilitasi kita untuk berdiskusi ataupun melakukan tanya jawab bahkan mereview sebuah video pembelajaran.
5. Shareable yaitu Youtube memiliki fasilitas HTML, Embed kode video pembelajaran yang dapat di share di jejaring sosial seperti instagram, whatsapp, facebook, twitter dan juga blog atau website.
6. Ekonomis yaitu Youtube gratis untuk semua kalangan <sup>19</sup>.

Kekurangan rekaman dari Youtube dalam pembelajaran antara lain:

---

<sup>19</sup> Sukani, Memanfaatkan Youtube Sebagai Media Pembelajaran yang Interaktif, Menarik Menyenangkan, dalam [http://guraru.org/guru-Dan-berbagi/memanfaatkan\\_Youtube\\_sebagai\\_media\\_pembelajaran\\_yang\\_interaktif\\_menarik\\_dan\\_menyenangkan/](http://guraru.org/guru-Dan-berbagi/memanfaatkan_Youtube_sebagai_media_pembelajaran_yang_interaktif_menarik_dan_menyenangkan/), diakses tanggal 26 Maret 2022 pukul 09.59 WIB.

1. Koneksi jaringan, karena belum terpasangnya wifi disekolah sehingga menyebabkan video di Youtube tidak dapat disaksiakn secara streaming.
2. Sikap instan, proses pencarian data atau informasi di Youtube terkesan mudah sehingga jika tidak dikontrol atau dihibmabau akan menimbulkan sikap instan baik bagi siswa maupun bagi guru.
3. Waktu, terkadang durasi waktu penayangan (proses pembelajaran) tidak sesuai dengan jumlah jam pelajaran, hal ini dapat mengakibatkan proses pembelajaran seperti tergesa-gesa.
4. Kualitas Konten dan Video, tidak semua video keagamaan pada Youtube memiliki kualitas yang baik pada saat di upload oleh user. Proses pemilihan, pembuatan sangat mempengaruhi kualitas keduanya.
5. Proses pencarian sumber, jumlah video yang terdapat di sitis Youtube sangatlah banyak namun tidak semua video cocok dengan materi PAI yang sedang disampaikan, jadi Youtube juga memerlukan keahlian guru dalam memilih video.

Dengan apikasi Youtube dan aplikasi media sosial lainnya akan memberi kemudahan untuk memperoleh informasi dan juga membangun jaringan sosial akan sangat mudah<sup>20</sup>.

Youtube adalah video online dan yang utama dari kegunaan situs ini ialah sebagai media untuk mencari, melihat dan berbagi video yang asli ke dan dari segala penjuru dunia melalui suatu web. Kehadiran Youtube membawa pengaruh luar

---

<sup>20</sup> Shiefti Dyah Alyusi, Media Sosial (Interaksi, Identitas dan Modal Sosial), (Jakarta: Prenadamedia Group, 2016), hlm. vii.

biasa kepada masyarakat, khususnya masyarakat yang memiliki gairah di bidang pembuatan video, mulai dari film pendek, dokumenter, hingga video blog, tetapi tidak memiliki lahan “untuk mempublikasikan karyanya”.

Youtube mudah dipergunakan, tidak memerlukan biaya tinggi, dan dapat diakses dimanapun, tentunya dengan gadget yang kompatibel. Hal itu membuat pembuat video amatir dapat dengan bebas mengunggah konten-konten video mereka untuk dipublikasikan. Jika video mereka mendapat sambutan baik, jumlah viewers akan bertambah. Viewers banyak akan mengundang pengiklan untuk memasang iklan dalam video-video mereka selanjutnya. Senada dengan televisi, konten program televisi yang disukai masyarakat, dalam hal ini ratingnya tinggi, akan menarik pengiklan secara otomatis.

Diluncurkan pada bulan Mei 2005, Youtube telah memudahkan miliaran orang untuk menemukan, menonton, dan membagikan beragam video. Youtube menyediakan forum bagi orang-orang untuk saling berhubungan, memberikan informasi, dan menginspirasi orang lain di seluruh dunia, serta bertindak sebagai platform distribusi bagi pembuat konten asli dan pengiklan, baik yang besarmaupun kecil.<sup>20</sup> Youtube merupakan salah satu perusahaan milik Google.

Youtube diciptakan oleh 3 orang mantan karyawan PayPal (website online komersial), ChadHurley, Steve Chen, dan Jawed Karim pada Februari 2005. Sejak awal diluncurkan, Youtube langsung mendapat sambutan baik di masyarakat

Adapun kelebihan YouTube sebagai media bisnis, diantaranya:

- Informatif. Karena YouTube dapat memberikan informasi terkait perkembangan ilmu dan teknologi.



- Mengerti. Karena YouTube dapat diperoleh secara gratis.
- potensi. Karena situs ini sangat terkenal.
- Akal sehat dan lengkap. Karena YouTube dapat digunakan secara efektif oleh semua orang dan ada juga kantor pengeditan video
- dapat dibagikan. Karena koneksi YouTube dapat dibagikan di berbagai tujuan.

### 2.5.1 Channel Tempodotco

Channel youtube adalah sebuah alat pada akun youtube, yang dapat digunakan untuk mengupload video di youtube, mempublikasikan video yang telah selesai diupload, dan melakukan aktifitas lainnya di youtube seperti menghapus video kita sendiri, berkomentar pada video orang lain, dll. Channel youtube itu juga bisa diibaratkan sebagai channel TV milik pribadi di dunia online, dimana juga bisa mengisi program apa yang akan ditayangkan di channel pribadi. Salah satunya Channel Tempodotco yang memiliki berbagai macam program berita diantaranya Trending Tempo, Cek Fakta, Opini, dll. Channel Tempodotco mempunyai 191K Subscribers dan tiap harinya Channel Tempodotco selalu me-upload beritasesuaian programnya masing-masing.

### 2.5.2 Program Youtube Tempodotco

Trending adalah suatu peristiwa yang akan ditampilkan secara algoritma pencarian kabar berita pada hari ini, baik peristiwa sebelum hari ini atau memang terjadi hari ini biasanya kita cari jika ada peristiwa didepan kita baik dari media online atau kejadian depan mata. *Trending* membantu penonton melihat apa yang sedang terjadi di Youtube dan di seluruh dunia. Beberapa tren bisa diprediksi,

misalnya seperti lagu baru dari artis popular atau cuplikan video baru. Trending bertujuan untuk menampilkan video yang akan disukai oleh banyak penonton.

Contoh lain yang tak kalah menarik yaitu program Trending Tempodotco. Program berita Trending ini tidak kalah update hal-hal menarik dari program swasta lokal lainnya. Program ini dikemas dengan menyajikan berita yang masih hangat di perbincangkan masyarakat. Trending Tempodotco memiliki program yang mampu menarik minat penontonnya seperti berita dari berbagai daerah, kuliner, berita olahraga, talkshow, top news dan feature. Trending Tempodotco membuat penontonnya menjadi up to date juga dikemas dengan ringan dan mendidik.

## 2.6 Kerangka Berpikir

Kerangka konseptual adalah langkah dalam proses penelitian untuk membuktikan seperangkat teori atau konsep yang ada. Peneliti menggunakan teori manajemen komunikasi dan kebijakan redaksional dengan metode kualitatif. Dalam metode kualitatif, penulis mengacu pada beberapa sumber yang relevan untuk memperoleh informasi yang detail.



*Bagan 2. 1 Kerangka Berpikir*

Trending Tempo memiliki beberapa perencanaan dalam upaya peningkatan sarana informasi. Dengan menggunakan beberapa kerangka tersebut, peneliti menentukan apakah kebijakan tersebut dapat meningkatkan minat pengguna YouTube sehingga dapat bersaing dengan media lain.

