

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

**2.1 Penelitian Terdahulu Yang Relevan**

Peneliti ingin melihat proses kerja tim video jurnalis dalam upaya menyajikan berita yang aktual melalui kanal *youtube trending* tempodotco. Menjamin tidak ada pencurian sastra dalam pemeriksaan ini. Spesialis mengarahkan survei menulis. Para pembuat menemukan beberapa karya dari penilaian masa lalu yang dipandang terkait dengan penyelidikan ini. Khususnya dengan materi proses kerja dan penyampaian berita yang dilakukan seorang video jurnalis yang akan dijadikan bahan penelitian oleh penulis. Diantaranya adalah sebagai berikut:

***Tabel 2. 1 Penelitian Terdahulu***

No	Nama dan Judul penelitian	Metode	Hasil	Kesimpulan
1.	Kemal Aqwam Maulana UIN Syarif Hidayatullah Jakarta ANALISIS PRODUKSI PROGRAM BERITA INDONESIA <i>MORNING SHOW</i>	Kualitatif	Dalam tinjauan ini, jadwal media menjadi acuan jika dilihat dari hipotesis Hirarki, karena media rutin dibingkai oleh tiga komponen yang saling terkait Audiens (pembeli), Organisasi Media	Pada pra-penciptaan terdapat proses pengungkapan pemikiran, penyusunan dan perencanaan, tahap selanjutnya adalah penciptaan dimana terdapat proses pengungkapan, penyusunan naskah dan penamaan, tahap terakhir adalah

	<i>DI NEWS AND ENTERTAINMENT TELEVISION</i>		(prosesor), dan Sumber Berita (penyedia).	setelah penciptaan dimana terdapat siklus perubahan, tinggal berkomunikasi dengan penilaian.
2.	<p>Naima</p> <p>UIN Alauddin Makassar</p> <p>PROSES KERJA WARTAWAN CELEBES UPDATE DALAM PENYAJIAN BERITA YANG AKTUAL.</p>	Kualitatif	<p>Proses kerja wartawan di celebes update mulai dari rapat redaksi, peliputan, dan produksi. Kemudian pengenalan berita yang sebenarnya dilihat dari isu-isu yang mengalir kemudian dilihat dari idealisme pada tepat waktu.</p>	<p>Proses kerja wartawan Celebs Update meliputi tiga tahap yaitu: Rapat Redaksi, Peliputan dan Produksi.</p> <p>Kemudian penyajian berita yang aktual meliputi 2 bagian, pertama berdasarkan isu-isu yang hangat diperbincangkan. Kedua, berdasarkan ketepatan waktu.</p>
3.	<p>Galuh Pandu Lestari</p> <p>Universitas Brawijaya</p> <p>FUNGSI MEDIA SOSIAL DALAM AKTIVITAS JURNALISTIK: STUDI DESKRIPTIF KUALITATIF PENGGUNAAN MEDIA SOSIAL DALAM AKTIVITAS</p>	Kualitatif deskriptif	<p>Pertama, media sosial berperan sebagai sumber berita; yaitu media sosial membantu jurnalis mendapatkan data berita, menemukan peristiwa, dan menemukan narasumber. Kedua, media sosial sebagai referensi ide dan</p>	<p>Teknologi serta layanan yang dimiliki oleh media sosial seperti kecepatan, informasi, jaringan, penyebaran, dan user generated content berperan penting dalam menunjang dan membantu aktivitas jurnalistik meliputi mencari, mengolah, dan menyebarluaskan</p>

JURNALISTIK OLEH JURNALIS MEDIA ONLINE MALANG VOICE, SURYA MALANG, TIMES INDONESIA, DAN INFO KAMPUS.		isu berita. Ketiga, media sosial sebagai saluran untuk menyebarkan berita.	berita berdasarkan ketepatan waktu.
---	--	---	--

- 1) Berdasarkan penelitian terdahulu diatas yang ditulis penulis terdapat persamaan dalam penelitian Kemal Aqwam Maulana, yaitu tentang membahas analisis produksi program berita, metode yang digunakan oleh penulis juga memiliki kesamaan yaitu metode penelitian kualitatif. Sedangkan perbedaannya terdapat pada fokus penelitian, lokasi penelitian dan media yang digunakan. Peneliti menggunakan media sosial (*youtube*), sedangkan dalam penelitian Kemal Aqwam Maulana menggunakan media elektronik televisi. Kebaruan yang dihadirkan dari penelitian penulis yaitu penulis mengkaji lebih dalam persoalan proses produksi berita melalui media sosial *youtube*
- 2) Berdasarkan penelitian terdahulu diatas yang ditulis penulis terdapat persamaan dalam penelitian Naima, yaitu tentang membahas proses kerja wartawan dalam menyajikan berita yang aktual, metode yang digunakan oleh penulis juga memiliki kesamaan yaitu metode penelitian kualitatif. Sedangkan perbedaannya terdapat pada lokasi penelitian dan media yang digunakan. Peneliti menggunakan media sosial (*youtube*), sedangkan dalam penelitian Naima menggunakan media online situs web (*website*).

3) Berdasarkan penelitian terdahulu diatas yang ditulis penulis terdapat persamaan dalam penelitian Galuh Pandu Lestari, yaitu tentang membahas fungsi media sosial dalam aktifitas jurnalistik, metode yang digunakan oleh penulis juga memiliki kesamaan yaitu metode penelitian kualitatif. Sedangkan perbedaannya terdapat pada fokus penelitian, lokasi penelitian dan media yang digunakan. Peneliti menggunakan media sosial (*youtube*), sedangkan dalam penelitian Galuh Pandu Lestari menggunakan media online situs web (*website*).

Kebaruan yang dihadirkan dari penelitian penulis yang berbeda dari ketiga penelitian terdahulu yaitu penulis mengkaji lebih dalam persoalan proses kerja video jurnalis untuk menyajikan berita aktual untuk media sosial youtube yang mengubahnya dari berita tertulis website menjadi berita berbentuk video visual.

## 2.2 Teori *Gatekeeping*

Istilah gatekeeper pertama kali dikenalkan oleh Kurt Lewin dalam bukunya *Human Reactions* (1947), seorang ahli psikologi dari Australia. Kata tersebut merupakan istilah yang berasal dari lapangan sosiologi. Didalam komunikasi massa dengan salah satu elemennya adalah informasi, mereka yang bertugas untuk mempengaruhi informasi disebut gatekeeper. Hal ini juga bisa dikatakan, gatekeeper lah yang memberi izin bagi tersebarnya sebuah berita.

John R. Bittner (1996) mengistilahkan gatekeeper sebagai individu-individu atau kelompok orang yang memantau arus informasi dalam sebuah saluran

komunikasi (massa).<sup>4</sup> Jika diperluas maknanya, yang disebut sebagai gatekeeper ialah orang yang berperan penting dalam media massa seperti surat kabar, majalah, televisi, radio, internet, televisi, dan lain sebagainya. Dengan demikian mereka yang disebut gatekeeper antara lain reporter, editor berita, dan editor film dalam media massa ikut menentukan informasi yang disebar.

Semua saluran media massa memiliki gatekeeper. Mereka memainkan peranan dalam beberapa fungsi yakni dapat menghapus pesan atau memodifikasi dan menambah pesan yang akan disebar. Selain itu juga dapat menghentikan sebuah informasi dan tidak membuka “pintu gerbang” bagi keluarnya informasi.

Ray Eldon Hiebert, Donald F. Ungurait, dan Thomas W. Bohn (1985), gatekeeper tidak bersifat pasif-negatif, tetapi mereka merupakan suatu kekuatan kreatif.<sup>5</sup> Seperti halnya editor dapat menambahkan pesan dengan mengombinasikan informasi dari berbagai sumber. Layouter dapat menambahkan sesuatu pada gambar atau setting tempilan pada media cetak agar kelihatan lebih bagus. Begitu pula produser film yang dapat mengirimkan kembali naskah, bahan pembuatan film kepada editor atau direktur supaya ditambahkan atau dikurangi “sesuatu” pada filmnya. Berikut ini adalah aktivitas gatekeeper:

- a) Penapisan informasi bersifat subjektif dan personal.
- b) Penapisan informasi membatasi apa yang ingin diketahui oleh pembaca.

---

<sup>4</sup> Nurudin, Pengantar Komunikasi Massa (Jakarta: Raja Grafindo Persada, 2014) hlm. 119. Cetakan ke 5.

<sup>5</sup> *Ibid*

- c) Penapisan informasi menjadi suatu aktivitas yang tidak bisa dihindari oleh media.

Sebuah penjaga gerbang dalam sistem sosial yang memutuskan dari komoditas tertentu - bahan, barang, Informasi Profil, dll - mungkin termasuk juga sistem. Studi gatekeeping Media telah menunjukkan bagaimana pengambilan keputusan oleh editor mungkin didasarkan pada prinsip nilai-nilai berita secara umum, rutinitas organisasi, struktur input dan keistimewaan. (Ettema dan Whitney 1977).

Gatekeeper bisa juga seorang produser film yang mengedit gambar dari gambar aslinya, menyensor dan sekaligus menghapus bagian mana yang tidak sesuai. Misalnya, gambar-gambar yang berbau seks yang didapatkan di lokasi shooting, tetapi harus dipotong karena tidak sesuai dengan tujuan dibuatnya film tersebut. Dengan kata lain seorang yang bertugas ikut menentukan pasar film memutuskan apakah film itu untuk kalangan bawah atau kalangan atas termasuk gatekeeper pula.

Fungsi gatekeeper adalah untuk mengevaluasi isi media agar sesuai dengan kebutuhan khalayak dan memiliki wewenang untuk tidak memuat materi yang dianggap meresahkan. Sebagai gatekeeper, dalam perencanaan komunikasi tidak diragukan lagi dapat menjalankan beberapa kekuasaan atas proses komunikasi dengan memutuskan informasi apa saja untuk dibuang dan dibiarkan ditayangkan.

## 2.3 Jurnalistik Online dan Media Online

### 2.3.1 Memahami Jurnalisme Online dan Media Online

Jurnalisme dapat dibagi secara formal dan sistematis menjadi tiga bidang utama: jurnalisme media cetak (jurnalisme surat kabar dan majalah), jurnalisme media elektronik auditori (radio dan jurnalisme), dan jurnalisme media audiovisual (jurnalisme televisi). Jurnalisme media cetak meliputi jurnalisme surat kabar harian, jurnalisme surat kabar mingguan, jurnalisme surat kabar harian, jurnalisme surat kabar mingguan, dan jurnalisme majalah. Jurnalisme media elektronik aural adalah jurnalisme siaran. Jurnalisme media audiovisual adalah jurnalisme televisi siaran dan jurnalisme media online (internet).<sup>6</sup>

Definisi jurnalisme online berkaitan dengan banyak istilah seperti jurnalistik, online, internet dan website. Romli menjelaskan ketiga makna tersebut dalam bukunya *Jurnalisme Online*. Jurnalisme adalah proses pelaporan, penulisan dan penyebaran informasi dan berita (saat ini) melalui media massa. Singkatnya, jurnalisme dapat diartikan sebagai pemberitaan peristiwa. Jurnalistik online juga tidak mengenal tengat waktu (*deadline*) sebagaimana dikenal di media cetak.

Deadline bagi jurnalistik online-dalam pengertian publikasi paling lambat adalah beberapa menit bahkan detik setelah kejadian berlangsung. Jurnalistik online dicirikan sebagai praktik jurnalistik yang mempertimbangkan beragam format media (multimedia) untuk menyusun isi liputan memungkinkan terjadinya

---

<sup>6</sup> Sumadiria, Haris. *Jurnalistik Indonesia*. (Bandung: Simbiosis Rekatama Media. 2008). Hlm. 4

interaksi antara jurnalis dengan audien dan menghubungkan berbagai elemen berita dengan sumber-sumber online yang lain.<sup>7</sup>

Jurnalisme media online merupakan bentuk jurnalisme terbaru setelah jurnalisme cetak, radio dan televisi. Perbedaan utama antara ketiga bentuk jurnalisme (cetak, radio dan televisi) dan jurnalisme media online adalah kecepatan publikasi informasi, kemudahan akses, kemampuan untuk memperbarui dan menghapus setiap saat, dan interaksi dengan pembaca atau pengguna (user).

Jurnalisme Online memberikan beberapa definisi tentang media online. Secara definisi, media online (online media), disebut juga dengan cybermedia (media siber), media internet (internet media), media baru (new media), dapat diartikan sebagai media yang disajikan secara online di situs internet.<sup>8</sup>

Media online dapat diartikan sebagai media generasi ketiga setelah media cetak seperti surat kabar, tabloid, majalah dan buku. Dan media elektronik (electronic media) seperti radio, televisi, film dan video. Media online adalah produk jurnalisme online atau jurnalisme siber dan didefinisikan sebagai pelaporan fakta atau peristiwa yang diproduksi dan didistribusikan melalui Internet. Media online adalah keadaan koneksi (koneksi) yang mengarah ke Internet atau World Wide Web (www). Online adalah bahasa Internet, dan

---

<sup>7</sup> M. Romli, Asep Syamsul., *Jurnalistik Online*. Bandung: Nuansa Cendikia. 2012. Hlm.14

<sup>8</sup> *Ibid*, 30



informasi dapat diakses kapan saja, di mana saja dengan jaringan Internet (koneksi).

Dari perspektif studi media dan studi komunikasi massa, media online menjadi subjek teori media baru. Istilah ini menggambarkan permintaan akses ke konten (konten/informasi) kapan saja, di mana saja, di perangkat digital apa pun, dan oleh pengguna. Umpan Balik Partisipasi kreatif interaktif dan pembangunan komunitas seputar aspek konten media dan pembuatan waktu nyata.<sup>9</sup>

### **2.3.2 Karakteristik Media Online**

Perbedaan utama dari ketiga bentuk jurnalistik (cetak, radio, televisi) dengan jurnalistik media online adalah kecepatan dalam penyampaian informasi kepada khalayak, kemudahan akses, bisa di-update dan dihapus kapan saja, serta bisa berinteraksi dengan pembaca atau pengguna (user).

Jurnalistik online dicirikan sebagai praktik jurnalistik yang mempertimbangkan beragam format media (multimedia) untuk menyusun isi liputan memungkinkan terjadinya interaksi antara jurnalis dengan audien dan menghubungkan berbagai elemen berita dengan sumber-sumber online yang lain.<sup>10</sup>

Mike Ward mencantumkan beberapa karakteristik jurnalisisme media online dan perbedaan (manfaatnya) dari media tradisional.

---

<sup>9</sup> *Ibid*, 31

<sup>10</sup> *Ibid*, 14

1. *Immediacy*: Ketepatan waktu atau kecepatan penyampaian informasi. Radio dan televisi dapat menyampaikan berita dengan cepat, tetapi biasanya perlu menginterupsi acara yang sedang berlangsung (breaking news). Jurnalisme online tidak. Cerita dapat diposting setiap menit, terkadang setiap beberapa detik.
2. *Multiple Pagination*: Ratusan halaman dapat dihubungkan satu sama lain dan dibuka satu per satu (tab baru/jendela baru).
3. *Multimedia*: Presentasi simultan yang menggabungkan teks, gambar, audio, video, dan grafik.
4. *Platform distribusi yang fleksibel*: Jurnalis dapat menulis berita kapan pun, di mana pun, bahkan di tempat tidur.
5. *Arsip*: Diarsipkan, dapat dikelompokkan berdasarkan kategori (judul) atau kata kunci (kata kunci, tag), disimpan untuk waktu yang lama dan dapat diakses setiap saat.
6. *Hubungan dengan pembaca*: Kontak langsung dengan pembaca, interaksi melalui kolom komentar, dll.<sup>11</sup>

Mendeskripsikan ciri-ciri jurnalisme online yang tercermin dalam unsur-unsur jurnalisme online. Liputan jurnalistik online memiliki unsur-unsur multimedia seperti:

1. *Headline*: Judul item berita. Klik untuk membuka artikel lengkap di halaman terpisah.

---

<sup>11</sup> *Ibid*, 15

2. Teks: Teks isi yang dipisahkan menjadi seluruh halaman atau berbagai koneksi (Link).
3. Gambar: Gambar yang menyertai atau membangun cerita.
4. Grafik: Grafik seperti logo, gambar, ilustrasi, dll, biasanya berhubungan dengan berita.
5. Tautan Lain: Tautan lain. Artikel relevan yang menambah informasi dan wawasan bagi pembaca. Biasanya pada atau di samping akhir artikel.
6. Audio: Suara, musik, atau akur suara, baik sendiri atau digabungkan dengan tayangan slide atau rekaman. Video tentang pencahayaan.
7. *Slideshow*: Kumpulan foto, seperti galeri gambar, biasanya dengan keterangan. Beberapa tayangan slide juga bisa menggunakan suara (sound/voice).
8. Animasi: Sebuah animasi atau video yang dibuat untuk memberi dampak pada cerita.<sup>12</sup>

Berdasarkan pemahaman peneliti terhadap karakteristik media online ialah media online merupakan media baru (new media) dan bukanlah media massa seperti televisi, radio dan surat kabar. Hal tersebut terjadi karena adanya konvergensi media. Sama halnya dengan koran tempo, walaupun media ini memiliki media cetaknya, namun media ini mengkloningkan diri bukan hanya media cetak tetapi juga memiliki media online seperti tempo.co.

---

<sup>12</sup> *Ibid*, 16

Jika media online mengejar sebuah kecepatan dan aktualitas dalam hitungan menit dalam menyebarkan berita, bahkan setiap 10 menit sekali media online bisa mengupdate beberapa berita untuk dipublikasikan. Gaya penulisan nya pun cenderung singkat padat dan jelas, bahkan terkadang isi teks berita hanya 2-3 paragraf. Lain hal nya dengan media cetak atau surat kabar, mereka harus menunggu satu hari untuk naik cetak dan keesokan harinya baru bisa dipublikasikan. Bahkan gaya penulisan media cetak cenderung panjang, ditulis secara mendetail. Kemudian keuntungan dari media online yang dapat mengkonvergen ini dalam mempublikasikan beritanya dapat menyertakan suara dan video.

### **2.3.3 Pengertian Video Jurnalis**

Video Jurnalis dapat disebut dengan jurnalis palu gada karena peran video jurnalis tersebut merangkap sebagai reporter, kameramen (videografer) dan editor. Dapat juga berperan sebagai fotografer untuk mengambil gambar untuk pendukung sebuah berita yang akan diliput.

Video jurnalis merupakan hasil laporan berita yang dipaparkan kedalam sebuah gambar bergerak (rekaman video), seperti yang biasa dilihat dalam media elektronik (televisi) atau media online (youtube). Video jurnalistik seperti yang di contohkan diatas bisa dimasukkan kedalam kategori straight news.

Berita yang tidak terlalu dalam namun tetap memuat syarat-syarat penulisan berita seperti 5W+1H. Biasanya video seperti itu hanya berdurasi 1-3 menit sesuai informasi yang ingin disampaikan oleh wartawan tersebut. Video jurnalis

merupakan sebuah nama atau sebutan untuk seorang jurnalistik yang ber profesi sebagai reporter, kameramen dan editor berita.<sup>13</sup>

### **A. Reporter**

Definisi reporter adalah wartawan media elektronik atau cetak yang bertugas mencari fakta atau data dan menyusunnya dalam format tulisan berita untuk media dimana ia bekerja.

Menurut J.B. Wahyudi (1991:105), wartawan atau jurnalis adalah orang yang pekerjaannya mencari, mengumpulkan, memilih, mengolah berita dan menyajikan secepatnya untuk khalayak luas melalui media massa, baik cetak maupun elektronik.

### **B. Kameramen**

Kameramen adalah seseorang yang bertanggung jawab atas perekaman visual atau gambar sebagai bahan baku pembuatan berita disaat peliputan. Kameramen mempunyai peran yang sangat penting dalam media audiovisual. Karena dalam setiap pengambilan gambar, untuk bisa ditayangkan mengandung beberapa elemen yaitu informasi, audio atau suara dan video atau gambar. Tanpa ada visual atau gambar yang mendukung audio atau suara dari informasi yang didapat maka sajian yang diberikan kurang mendapat respon dari audiennya.

---

<sup>13</sup> Virusgilla\_tyn\_aue, *Belajar Mengenal Video Jurnalistik*, (Ogorabphobia,2013), di akses pada 4 april 2022, 02.43 WIB. <http://ogorabphobia.blogspot.com/2013/05/belajar-mengenal-video-jurnalistik.html>

Kameramen harus bisa dan tangkas menggunakan alat yang digunakanya agar menghasilkan gambar yang terlihat cerah, focus dan tidak goyang. Seorang Kameramen juga harus bisa menaruh objek yang akan ditampilkan dalam gambarnya dalam posisi yang enak dilihat atau bisa dikatakan dengan komposisinya sesuai. Ada beberapa peran yang dapat dilakukan oleh Kameramen.

Beberapa peran yang dapat dilakukan oleh Kameramen adalah sebagai program director (PD), koordinator liputan saat on-air, Kameramen on-air, Kameramen studio dan Kameramen peliputan.<sup>14</sup>

### **C. Editor**

Editor adalah orang yang bertanggung jawab terhadap isi halaman media. Editor mengedit serta menyajikan berita pada setiap halaman media. Orang-orang dengan spesifikasi penguasaan isu tertentu, dan bertugas mengarahkan liputan reporter, menulis atau mengedit berita dan menggunggah berita pada medianya (Lukmantoro, 2014: 73). Begitu pula di program *Youtube Tranding* Tempo.co, sebelum berita diunggah ke *youtube* perlu dilakukan editing seperti mengedit penulisan yang salah seperti tulisan typo, menyederhanakan kalimat, menambahkan tanda baca, tetapi tidak mengubah makna utama dalam tulisan.

Dalam penulisan EYD menjadi pedoman editor tempo.co dalam mengedit naskah berita namun selain itu editor juga harus memperhatikan gaya bahasa

---

<sup>14</sup> Iqra' al-Firdaus, *Buku Lengkap Tuntunan Menjadi Kameraman Profesional*. (Jakarta: Buku Biru 2010). hlm. 3

yang ada pada tempo.co. Karena target audience tempo.co adalah anak muda pada usia 17 – 35 tahun maka gaya bahasa yang digunakan tidak terlalu kaku tapi juga tidak terlalu santai.

## 2.4 Media Sosial

Media sosial merupakan salah satu media instan dengan berbagai fungsi saat ini. Media massa tidak hanya sebagai sarana komunikasi, tetapi juga sarana bagi penggunanya untuk mencari berbagai informasi. Definisi media sosial tidak serta merta menjadi pemikiran yang tidak berdasar dari para ahli tersebut. Media sosial berperan dan mempengaruhi kehidupan masyarakat, namun harus didesain sedemikian rupa agar media sosial tetap berfungsi dan tujuannya serta melayani kehidupan setiap orang.

Sebagaimana dicatat oleh Henderi, media sosial adalah situs jejaring sosial berbasis web di mana individu membuat profil publik atau semi-publik dalam sistem terbatas, mencantumkan pengguna lain yang terhubung dengan mereka, dan membuat Memungkinkan Anda untuk melihat dan menjelajahi daftar koneksi di akun orang lain sistem<sup>15</sup>. Sedangkan menurut Phillip Kotler dan Kevin Keller media sosial adalah sarana bagi konsumen untuk berbagi informasi teks, gambar, video dan audio dengan satu sama lain dan dengan perusahaan dan sebaliknya.<sup>16</sup>

Teknologi-teknologi web baru memudahkan semua orang untuk membuat dan yang terpenting menyebarluaskan konten mereka sendiri. Post di Blog, tweet,

---

<sup>15</sup> Henderi, Muhammad Yusup, Yuliana Isma Graha. 2007. *Pengertian Media Sosial*, (Online), (<http://wlipurn.blogspot.co.id/2017/04/wlipurn.html>, diakses pada 1 Agustus 2022)

<sup>16</sup> Kotler, P. & Keller, K.L. (2012), *Manajemen Pemasaran Jilid I Edisi ke 12*. Jakarta: Erlangga. Hlm. 568.

instagram, facebook, atau video di YouTube yang dapat direproduksi dan dilihat oleh jutaan orang secara gratis. Pemasang iklan tidak harus membayar banyak uang kepada penerbit atau distributor untuk memasang iklannya. Sekarang pemasang iklan dapat membuat konten sendiri yang menarik dan dilihat banyak orang.

#### **2.4.1 Fungsi Media Sosial**

Media sosial merupakan alat komunikasi yang populer saat ini. Fungsi media sosial untuk berinteraksi semakin besar, terutama karena kemudahan fasilitasnya dalam menyebarkan informasi. Juga karena informasi yang dapat diakses oleh masyarakat dengan cepat dan terbuka di media sosial tersebut membuat sebagian besar masyarakat Indonesia terperdaya dan terbawa emosi dalam isu yang sedang merebak.

Individu dalam masyarakat dengan mudah dapat menyebarkan berbagai hal dari mulai aktifitas pribadi, keluarga, bisnis, politik ataupun mencurahkan permasalahan yang sedang dihadapi dalam media sosial. Media sosial memang banyak memiliki manfaat, namun di sisi lain banyak pula sisi buruknya. Kebenaran informasi dalam media sosial sangatlah sulit diukur, karena informasi yang ada dalam media sosial adalah pendapat pribadi yang sangat subjektif atau bermuatan emosional individu.

Informasi dalam media sosial terkadang berisi hoax, fitnah, desas desus, kabar bohong, ujaran kebencian, aib dan kejelekan seseorang. Informasi pribadi yang diunggah ke publik, dan hal-hal lain sejenis sebagai sarana memperoleh simpati, like, komentar, lahan pekerjaan, sarana provokasi, dan sarana mencari



keuntungan politik serta ekonomi dapat menimbulkan gesekan di tengah masyarakat.

Media sosial sangat berperan dalam penyebaran informasi bagi masyarakat luas. Sejak awal dibangun, sosial media diperuntukkan sebagai wadah bagi para penggunanya agar dapat dengan mudah berpartisipasi, berbagi, dan bertukar informasi dan ide di komunitas dan jejaring virtual. Sosial media dalam hal ini meliputi blog, jejaring sosial, forum, dan dunia visual. Produksi informasi dan berita saat ini bukan lagi eksklusif hanya dilakukan oleh penerbit berita besar. Saat ini siapa pun bisa menjadi pembuat berita dan memberikan dampak kepada orang banyak. Begitupun dengan konsumsi informasi yang dapat dengan bebas dinikmati siapa saja melalui media digital.

Media sosial memiliki beberapa karakteristik terkait penyampaian informasi di dunia digital. Beberapa karakteristik tersebut diantaranya pesan yang disampaikan bersifat umum dan ditujukan untuk banyak orang. Isi pesan yang disampaikan bersifat bebas, Pesan yang disampaikan cenderung lebih cepat menyebar dibanding media lainnya. Kekuatan yang pada media sosial inilah yang sesuai sebagai media alternatif penyebaran informasi selain media konvensional seperti brosur, leaflet, dan komunikasi tatap muka.

## 2.4.2 Karakteristik Media Sosial

Media sosial memiliki ciri-ciri yang tidak lepas dari berbagai ciri-ciri dari media sosial yang banyak digunakan hingga saat ini. Berikut beberapa karakteristik yang terdapat pada media sosial:

### a. Partisipasi

Mendorong kontribusi dan umpan balik dari setiap orang yang tertarik atau berminat menggunakannya, hingga dapat mengaburkan batas antara media dan audience.

### b. Keterbukaan

Kebanyakan pengalihan elektronik dapat diakses untuk analisis dan dukungan melalui teknik untuk memberikan suara, berbagi, dan berkomentar. Kadang-kadang halangan untuk mendapatkan dan lebih berusaha isi pesan.

### c. Perbincangan

Selain itu, kemungkinan dengan terjadinya perbincangan ataupun pengguna secara dua arah.

### d. Keterhubungan

Mayoritas dari media sosial tumbuh dengan subur lantaran terjadi suatu kemampuan yang dapat melayani keterhubungan antara pengguna, melalui suatu fasilitas tautan (*links*) ke *website*, sumber informasi dan bagi pengguna-pengguna lainnya.

### 2.3.3 Jenis-jenis Media Sosial

Seperti yang ditunjukkan oleh Kotler dan Keller bahwa ada tiga jenis tahap dasar untuk media sosial, khususnya:

#### A. Forum dan komunitas online

Mereka datang dalam segala bentuk dan ukuran dimana banyak dibuat oleh pelanggan. Sebagian hal ini disponsori oleh perusahaan melalui postingan, instant, messaging, dan juga chatting yang berdiskusi mengenai minat khusus yang dapat berhubungan dengan perusahaan.

#### B. Blogs

Terdapat banyak sekali pengguna blog yang sangat beragam disini dan Blogspot sendiri merupakan salah satu penyedia akun website gratis dimana kita bisa posting, sharing dan lain sebagainya. Selain itu menurut Puntoadi (2011: 34) bahwa terdapat beberapa macam jenis media sosial, yaitu sebagai berikut:

##### 1. Bookmarking

Memberikan sebuah kesempatan untuk meshare link dan tag yang diminati. Hal demikian bertujuan agar setiap orang dapat menikmati yang kita sukai.

## 2. Wiki

Sebagai situs yang memiliki macam-macam karakteristik yang berbeda, misalnya situs knowledge sharing, wikitravel yang memfokuskan sebagai suatu informasi pada suatu tempat.

## 3. Flickr

Sebuah situs yang dimiliki oleh Yahoo, yang mengkhususkan sebuah image sharing dengan contributor yang ahli pada setiap bidang fotografi di seluruh dunia. Flickr menjadikan sebagai photo catalog yang setiap produknya dapat dipasarkan.

## 4. Creating Opinion

Media sosial tersebut memberikan sarana yang dapat untuk berbagi opini dengan orang lain di seluruh dunia. Melalui media sosial 12 tersebut, semua orang dapat menulis jurnal, sekaligus sebagai komentator.

## 5. Jejaring sosial

Melalui situs-situs konten sharing tersebut orang-orang menciptakan berbagai media dan juga publikasi untuk berbagi kepada orang lain. Berikut beberapa contoh dari aplikasi media sosial tersebut:

- a) **Facebook**: layanan jejaring sosial yang diluncurkan pada februari 2004 oleh Mark Zuckerberg ini memiliki lebih dari satu miliar pengguna aktif dan lebih dari separuhnya menggunakan telepon genggam untuk mengaksesnya. Disini pengguna dapat

membuat profil pribadi, menambahkan teman, bertukar pesan serta berbagi informasi.

b) **WhatsApp**: merupakan aplikasi pesan lintas platform sejak kemunculannya tahun 2009 hingga saat ini, yang memungkinkan kita bertukar pesan tanpa biaya SMS, karena menggunakan data internet. Menggunakan WhatsApp kita dapat dengan mudah untuk berinteraksi melalui pesan teks maupun suara dan hingga saat ini dilengkapi dengan fitur video call, yangmana kita dapat bertatap muka ketika telpon.

c) **Line**: Hampir serupa dengan *WhatsApp*, *Line* diluncurkan pada tahun 2011 oleh perusahaan Jepang. Yang membedakannya jika whatsapp tidak memiliki karakter-karakter emoji dalam pesan, maka Line memiliki fasilitas tersebut, sehingga terlihat lebih seru ketika menggunakannya dalam menyampaikan pesan.

d) **YouTube**: Sebuah situs web berbagi video yang dibuat oleh mantan karyawan PayPal pada february 2005 ini memungkinkan pengguna untuk mengunggah, menonton serta berbagi video. Konten video positif apapun bisa diakses melalui aplikasi tersebut.

e) **Twitter**: layanan jejaring sosial dan microblog daring yang hampir serupa dengan facebook, yang memungkinkan penggunanya untuk mengirim dan membaca pesan berbasis teks

hingga 280 karakter. Didirikan pada maret 2006 oleh Jack Dorsey.

- f) **Instagram**: Instagram adalah platform aplikasi jejaring sosial yang memungkinkan penggunanya untuk mengambil foto, mengedit, menerapkan filter digital, dan mengunggahnya dengan berbagai fitur, seperti kolom komentar, dan fitur DM atau Direct Message yang memungkinkan penggunanya untuk bertukar pesan.<sup>17</sup>

### 2.4.3 Youtube Sebagai Media Sosial

YouTube sebagai salah satu media sosial berbasis video ataupun situs web video sharing (berbagi video) yang populer 5 tahun terakhir ini. Di Indonesia pengguna YouTube mencapai 93,8% dari pengguna internet sumber Hootsuite Wearesocial Simon, (2021)<sup>18</sup>. Berbagai macam konten video bisa diakses dalam YouTube, mulai dari musik, film, berita dan informasi, olahraga, *live style*, *gaming*, masakan, dan vlog. Inilah yang membuat *YouTube* digunakan oleh pengguna setiap harinya, bahkan mereka dapat berjam – jam dalam melihat siaran *YouTube* tersebut.

*YouTube* saat ini sudah menjangkau lebih banyak penonton yang berusia 18 - 34 tahun. Masyarakat lebih sering mengakses *YouTube* daripada Televisi guna

---

<sup>17</sup> Puntoadi, Danis., “Menciptakan Penjualan Melalui Sosial Media”. (Jakarta: PT. alex Komputindo, 2011)

<sup>18</sup> Machidhar, Anan Septia. "Efektivitas penggunaan media sosial YouTube sebagai media penyebaran informasi pada Channel YouTube Diskominfo Boyolali." (Solidaritas 6.1, 2022).

mendapatkan informasi, karena *YouTube* dapat diakses kapan saja dan dimanapun. Oleh karena itu saat ini media sosial *YouTube* lebih diminati daripada televisi.

Penggunaan media internet (khususnya *YouTube*) semakin meningkat. Perusahaan media akan memanfaatkan fenomena ini dengan membuat akun *YouTube* untuk menyebarkan berita tentang videonya. Media pemberitaan seperti *Tempo.co* tentunya tidak melawati kesempatan ini. *Channel YouTube* *Tempodotco* khususnya pada program *Trending* itu sendiri berisikan tentang berita ataupun peristiwa yang sedang banyak dibahas oleh masyarakat, baik itu peristiwa yang terjadi di dalam negeri maupun luar negeri.

## 2.5 Konsep Berita

### 2.5.1 Pengertian Berita

Berita adalah laporan tercepat mengenai fakta atau ide terbaru yang benar, menarik dan penting bagi sebagian besar khalayak, melalui media berkala seperti televisi, surat kabar, radio, televisi, atau media online internet. Menurut Michael Charnley dan James M. Neal (Sumadiria, 2008: 64) mengatakan laporan tentang suatu peristiwa, opini, kecenderungan, situasi, kondisi, Interpretasi yang penting menarik, masih baru harus secepatnya disampaikan kepada khalayak.<sup>19</sup>

### 2.5.2 Jenis-jenis Berita

Dalam dunia jurnalistik, berita berdasarkan jenisnya dapat dibagi menjadi tiga kelompok yaitu: *elementary*, *intermediate* dan *advance*. Berita *elementary* mencakup pelaporan berita langsung (*straight news*), berita mendalam (*depth*

---

<sup>19</sup> Sumadiria, AS Haris., *Jurnalistik Indonesia Menulis Berita dan Feature Panduan Praktis Jurnalis Profesional*. (Bandung: PT Remaja Rosdakarya, 2008), hlm, 64

*news report*), dan berita menyeluruh (*comprehensive news report*). Berita intermediate meliputi pelaporan berita interpretatif (*interpretative news report*) dan pelaporan karangan khas (*feature story report*).

### 2.5.3 Penyajian Berita

Berita adalah fakta, opini, pesan, informasi, yang mengandung nilai-nilai yang diumumkan, diinformasikan, yang menarik perhatian sejumlah orang. Berita sebagai produk konstruksi realitas tentunya dibangun atas penyusunan bahasa yang terbentuk dari kumpulan kata-kata. Dalam konstruksi realitas, bahasa merupakan unsur utama. Ia merupakan instrumen pokok untuk menceritakan realitas. Dari pengertian tersebut, dapat melihat ada empat unsur yang harus dipenuhi sebuah berita, sekaligus menjadi karakteristik utama sebuah berita dapat dipublikasikan di media massa (layak muat). Keempat unsur ini yang dikenal dengan nilai-nilai berita (*news values*) atau nilai-nilai jurnalistik, yaitu:

- a. **Cepat**, yakni aktual atau ketetapan waktu. Dalam unsur ini mengandung makna harfiah berita (*news*), yakni suatu yang baru (*news*).
- b. **Nyata (*factuality*)**, informasi sebuah fakta (*fact*), bukan fiksi atau karangan. Fakta dalam dunia jurnalistik terdiri dari kejadian nyata, pendapat, dan pernyataan sumber berita. Dalam unsur ini terkandung pula pengertian, sebuah berita harus merupakan informasi tentang sesuatu dengan keadaan sebenarnya atau laporan mengenai fakta adanya.
- c. **Penting**, artinya menyangkut kepentingan orang banyak. Berita yang nilai penting dan berpengaruh bagi kehidupan masyarakat secara luas.



- d. **Menarik**, mengundang orang untuk membaca berita yang ditulis. Berita biasanya menarik perhatian pembaca.

**Tabel 2. 2 Jenis Berita**

No	Jenis berita	Pengertian
1	<i>Straight News</i>	Berita langsung ke tujuan disusun sesaat dan jelas. Diungkapkan tanpa memadukan sudut pandang pencipta, disiarkan secara konsisten untuk menonjol sebagai benar-benar layak diberitakan (Judul)
2	<i>Depth News Report</i>	Berita dari atas ke bawah, dibuat dengan memperluas hal-hal yang ada di bawah permukaan
3	<i>Comperhensive News</i>	Sebuah laporan lengkap tentang realitas diperiksa dari perspektif yang berbeda.
4	<i>Interpretative News</i>	Umumnya berpusat di sekitar isu, isu atau kesempatan yang dipertanyakan.
5	<i>Feature story</i>	Menulis adalah mencari realitas yang menonjol bagi pembaca.
6	<i>Depth reporting</i>	Laporan Detail jurnalistik yang mendalam, tajam, lengkap, dan tanpa cacat tentang peristiwa yang sensasional atau asli. Laporan atas ke bawah disusun oleh grup, siap dengan susah payah, membutuhkan beberapa hari dan biaya truk penuh uang tunai.
7	<i>Investigative reporting</i>	Berita semacam ini biasanya berpusat pada sejumlah isu dan pertentangan.
8	<i>Editorial</i>	Kecerdasan sebuah institusi diuji beberapa waktu baru-baru ini dalam sebuah percobaan pengandaian terbuka. Publikasi adalah pengenalan kebenaran dan anggapan yang menerjemahkan berita yang kritis dan mempengaruhi keterbukaan

Sumber: Haris Sumadiria: *Jurnalistik Indonesia Menulis Berita dan Feature Panduan Praktis Jurnalis Profesional* (Bandung: PT Remaja Rosdakarya,2008) Cet ke-3, hlm 69-70

Bedasarkan pemaparan yang disebutkan diatas, maka peneliti memahami berita merupakan laporan tercepat berupa fakta atau peristiwa yang dianggap penting dan disebarakan melalui media massa. Selain itu berita bukan hanya mencakup hard news, tetapi juga mencakup segi-segi human interest, seperti humor, melibatkan emosi dan ketegangan bagi pembaca.

## **2.6 Proses Kerja Video Jurnalis**

Video Jurnalis di tuntut untuk dapat menciptakan berita semenarik mungkin dan tidak terlepas dari etika jurnalistik. Proses kerja video jurnalis untuk memproduksi berita aktual melakukan beberapa tahapan. Produksi berita sangat mengutamakan kecepatan dalam kegiatan produksi maupun penyajian hasil karyanya kepada audience. Informasi atau pesan yang disampaikan harus faktual dan mengandung nilai penting serta menarik untuk dikonsumsi khalayak. Dalam proses produksi yang bersifat timeconcern (terikat dengan waktu), proses perencanaan, proses produksi dan proses editingnya harus dilakukan secara cepat karena produksi berita seperti ini mengejar nilai aktualitas berita.<sup>20</sup>

Setiap produksi acara televisi memerlukan tahapan pelaksanaan produksi yang jelas dan efisien. Tahapan produksi terdiri dari 3 bagian yang sesuai dengan Standard Operational Procedure (SOP). Karena berita terikat dengan nilai aktualitas dan faktualitasnya yang tinggi, maka perlu melewati tahapan tersebut.

---

<sup>20</sup> J. B. Wahyudi, *Teknologi Informasi dan Produksi Citra Bergerak* (Jakarta: PT. Gramedia Pustaka Utama, 1992), hlm.143.

## **A. Pra Produksi**

Tahap ini sangat penting, karena tahap ini merupakan tahap perencanaan dari serangkaian kegiatan produksi yang akan dilaksanakan. Jika tahap ini dilakukan dengan rinci dan baik, hasilnya pun akan sesuai dengan apa yang direncanakan.

## **B. Produksi**

Merupakan seluruh kegiatan liputan berita baik di studio maupun di lapangan.

## **C. Pasca Produksi**

Adalah segala kegiatan usai peliputan, penulisan naskah, editing/penyuntingan, pengisian suara sampai materi itu dinyatakan selesai dan siap disiarkan <sup>21</sup>. Selanjutnya, tahapan-tahapan produksi berita seperti yang dikemukakan oleh J.B. Wahyudi tersebut, dapat diuraikan dalam rincian sebagai berikut:

### **a. Ide Peliputan**

Ide peliputan muncul dalam sebuah rapat redaksi. Rapat yang terdiri dari produser program, koordinator liputan, koordinator kamerawan, presenter dan produser eksekutif membicarakan sebuah ide liputan dan menimbanginya dari segala sisi. Pembicaraan termasuk informasi yang harus diperoleh, gambar yang harus direkam dan narasumber yang harus diwawancarai.

---

<sup>21</sup> *Ibid*

## **b. Peliputan**

Ide yang telah disepakati oleh rapat redaksi dikerjakan oleh reporter dan kamerawan untuk menggali fakta dari lapangan maupun narasumber, melalui koordinator liputan. Perkembangan di lapangan akan terus dipantau, untuk memastikan ketersediaan materi saat siaran.

## **c. Pembuatan *Rundown***

Beberapa jam menjelang siaran, redaksi sekali lagi berkumpul dalam sebuah rapat bernama 'budgeting'. Korlip menyampaikan perolehan berita kepada produser program, yang kemudian menyusunnya dalam sebuah rundown acara. Rapat sekali lagi mengevaluasi urgensi berita yang akan ditayangkan. Selain melihat kesesuaian dengan perintah rapat redaksi di awal juga menyinkronkannya dengan situasi terkini.

## **d. Pembuatan Naskah**

Setelah rundown disetujui, reporter yang beritanya akan ditayangkan segera menyiapkan naskah. Dalam proses ini, reporter harus mempertimbangkan ketersediaan gambar yang akan mendukung laporannya. Selain itu reporter perlu memastikan cuplikan wawancaranya agar sesuai dengan naskahnya. Setelah naskah selesai, produser akan memeriksanya, baik dari segi isi maupun bahasa. Bahasa Indonesia yang baik dan benar adalah dasar penulisan naskah. Penggunaan tata bahasa atau istilah yang keliru dapat menyebabkan perbedaan arti.

## **e. Pengeditan Gambar**

Naskah yang telah melewati proses editing kemudian berlanjut ke ruang penyuntingan gambar. Editor adalah penanggung jawab proses pemaduan naskah dan gambar. Dalam tahap ini, segala aspek teknis gambar yang akan hadir ke depan penonton harus diperhitungkan. Kondisi yang tidak sesuai standar seperti gambar biru (bluish), tidak fokus, sebaiknya tidak dipakai pada hasil berita. Dalam tahap ini editor seharusnya bekerja sama dengan reporter dan kamerawan peliput untuk memadukan gambar terbaik. Produser program adalah penyelia tahap ini untuk memastikan segala aspek telah sesuai dengan yang diinginkan.

#### **f. Proses Siaran**

Inilah proses akhir dari rangkaian persiapan penyangan program. Hasil liputan yang telah diedit atau dalam bentuk siap tayang akan disusun sesuai daftar rundown. Para awak master control menyiapkan peralatan pendukung untuk menayangkan program ini. Sementara presenter mempersiapkan diri untuk membawakan program itu<sup>22</sup>.

### **2.7 Kerangka Pemikiran**

Kerangka pemikiran merupakan tahapan proses dari penelitian untuk membuktikan rangkaian teori atau konsep yang ada. Pada penelitian ini, penulis menggunakan penelitian kualitatif. Pada metode kualitatif penulis akan mewawancarai beberapa narasumber terkait untuk mendapatkan informasi sedalam-dalamnya.

---

<sup>22</sup> *Ibid*, 75.



*Bagan 2. 1 Kerangka Berpikir*

Saat ini Youtube dapat dibidang bisa menjadi sebuah patokan dalam mencari informasi atau berita. Perusahaan media informasi seperti Tempo.co kini sudah mengikuti perkembangan generasi baru dengan membuat suatu program yang menarik untuk di konsumsi oleh khalayak.

Seperti membuat program pemberitaan yang disajikan melalui kanal Youtube.Tempo.co pun ikut serta dalam perlombaan meraih eksistensi dalam menyajikan suatu program yang menarik tanpa menyampingkan kualitas isi berita didalamnya.