

## DAFTAR PUSTAKA

### Buku :

- Burhan, Bungin. *Metodologi Penelitian Kualitatif*. Jakarta: PT Raja Grafindo Persada, 2010.
- Herdiansyah, Haris. *Metodologi Penelitian Kualitatif untuk Ilmu-Ilmu Sosial*. Jakarta: Salemba Humanika, 2014.
- Idrus, Muhammad. *Metode Penelitian Ilmu Sosial, Pendekatan Kualitatif dan Kuantitatif*. Jakarta: Erlangga, 2009.
- Indriantoro, Nur dan Bambang Supono. *Metodologi Penelitian Bisnis untuk Akuntansi dan Manajemen*. Yogyakarta: BPFE Yogyakarta, 2013.
- Lister, Martin. *New Media: A Critical Introduction*. London & New York: Routledge, 2009.
- McQuail, Dennis. *Model-Model Komunikasi, Alih Bahasa Putu Laxman Pendit*. Jakarta: UniPrimas, 1985.
- Moloeng, Lexy J. *Metodologi Penelitian Kualitatif, Edisi Revisi*. Bandung: PT Remaja Rosdakarya, 2017.
- Musman, Asti dan Nadi Mulyadi. *Dasar-Dasar Jurnalistik, Buku Pegangan Wajib Para Jurnalis*. Yogyakarta: Komunika, 2021
- Nasrullah, Rulli. *Teori dan Riset Media Siber (Cybermedia)*. Jakarta: Kencana Prenadamedia Group, 2014.
- Nurudin. *Pengantar Komunikasi Massa*. Jakarta: Raja Grafindo Persada, 2009.
- Qorib, Fathul. *Teknik Reportase dan Penelitian Berita*. Jawa Timur: Intrans Publishing, 2018.
- Saebani, B.A. *Pedoman Aplikatif Metode Penelitian dalam Penyusunan Karya Tulis Ilmiah, Skripsi, Tesis, dan Disertasi*. Bandung: CV Pustaka Setia, 2017.
- Soemirat, Soleh. *Dasar-Dasar Public Relations*. Bandung: PT. Remaja Rosdakarya, 2002
- Sugiyono. *Metode Penelitian Kombinasi (Mix Methods)*. Bandung: Alfabeta, 2015.
- Sukmadinata, Nana Syaodih. *Metode Penelitian Pendidikan*. Bandung: Remaja Rosdakarya, 2009.

Sumadiria, Haris. *Hukum dan Etika Media Massa : Panduan Pers, Penyiaran dan Media Siber*. Bandung: Simbiosis Rekatama Media, 2019.

#### **Artikel dalam Jurnal :**

Dwin, Jillan. "Fenomena Jurnalisme Tik Tok di Media Baru. *Journal Riset Jurnalistik dan Media Digital*. Volume 1, No. 2 (2021): 115-126. Diakses pada 9 Juni 2022. <https://journals.unisba.ac.id/index.php/JRJMD/article/view/492/502>

Ramadhan, Ilham Hilal dkk. "Analisis Teknik Digital Marketing pada Aplikasi Tik Tok (Studi Kasus Akun Tik Tok @jogjafoodhunterofficial)". *Jurnal Ilmu-Ilmu Sosial*. Vol. 18, No. 1 (2021):52-55. Diakses pada 16 Juni 2022. <https://journal.uny.ac.id/index.php/sosia/article/view/40467>

#### **Skripsi:**

Wijaya, Deskhila. "Praktik Penggunaan Media Sosial Tik Tok dalam Aktivitas Jurnalisme Selama Masa Pandemi Covid-19 (Studi kasus pada Kompas TV). Skripsi. Universitas multimedia Nusantara, 2010. Diakses pada 20 Juni 2022. <https://kc.umn.ac.id/18065/>

Azzahra, Maudy. "Persepsi Khalayak dari Generasi Z Tentang Kualitas Berita Vaksinasi Covid-19 di Tik Tok Kompas.com dan Kumpara. Skripsi. Universitas Multimedia Nusantara, 2021. Diakses pada 10 Juni 2022 <https://kc.umn.ac.id/17951/>

Nurhansanah. "Analisis Produksi Siaran Berita di Televisi (Proses Produksi Siaran Program Berita Reportase Minggu di Trans TV)". Skripsi. UIN Syarif Hidayatullah Jakarta, 2011. Diakses pada 8 Juni 2022. <https://repository.uinjkt.ac.id/dspace/bitstream/123456789/976/1/97521NURHASANAH-FDK.PDF>

Dewanti. "Proses Produksi Berita *Online* pada *Website* Rakyatku.com". UIN Alauddin Makassar, 2017. Diakses pada 7 Juli 2022. <http://repositori.uinalauddin.ac.id/18483/1/DEWANTI-010101.pdf>

### Website dan Blog:

Annur, Cindy Mutia. "Indonesia Jadi Pasar Kedua Terbesar Tik Tok di Dunia Pada 2020". Databoks. 2021. Diakses pada 15 Mei 2022. <https://databoks.katadata.co.id/datapublish/2021/09/29/indonesia-jadi-pasar-kedua-terbesar-tiktok-di-dunia-pada-2020#:~:text=Indonesia%20Jadi%20Pasar%20Kedua%20Terbesar%20TikTok%20di%20Dunia%20pada%202020&text=Indonesia%20merupakan%20pasar%20kedua%20terbesar,tahun%20air%20pada%20tahun%20lalu>.

Annur, Cindy Mutia. "Tik To Telah Diunduh 2 Miliar Kali di Dunia". Databoks. 2021. Diakses pada 15 Mei 2022. <https://databoks.katadata.co.id/datapublish/2020/09/21/tiktok-telah-diunduh-lebih-dari-2-miliar-kali-di-dunia>

Centre of International Governance Innovation. "Why Doesn't Tik Tok Get Policy Makers' Attention?". CIGI. 2020. Diakses pada 20 Juni 2022. <https://www.cigionline.org/articles/why-doesnt-tiktok-get-policy-makers-attention/>

Ginee. "Pengguna Tik Tok Indonesia Gempar, Potensi Cuan Menggelegar". Ginee. 2021. Diakses pada 10 Juni 2022. <https://ginee.com/id/insights/pengguna-tiktok/>

Jha, Alma. "App Annie Review 2022 | Get Started For Free | Should You Try It?". Bloggersideas. 2021. Diakses pada 10 Juni 2022. <https://www.bloggersideas.com/app-annie-review/>

Kampoeng Keriting. "Pengertian Standarisasi". Kampoeng Keriting. 2013. Diakses pada 28 Mei 2022. <http://alvenrofarelly.blogspot.com/2013/03/pengertianstandarisasi.html>



# LAMPIRAN

## Lampiran 1 Surat Kediaan Pembimbing



UNIVERSITAS NASIONAL  
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK  
TERAKREDITASI BAN-PT

Jl. Sawo Manila No. 61, Pejaten, Pasar Minggu, Jakarta Selatan 12520  
Telp. (021) 70737624, 7806700 Ext 146, Fax 7802718-7802719  
Homepage : <http://www.unas.ac.id> Email : [info@unas.ac.id](mailto:info@unas.ac.id)

Jakarta, 13 Mei 2022

Nomor : 376/WD/V/2022  
Lamp : 1 (satu) Berkas  
Hal : Kediaan Pembimbing Skripsi

Kepada Yth : Yuyu Sriwartini, S.Sos., M.Si  
Dosen Prodi Ilmu Komunikasi FISIP Universitas Nasional  
Di Jakarta

Wakil Dekan Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Nasional, Meminta Kediaan Bapak/Ibu untuk membimbing Skripsi yang disusun oleh :

Nama : Anndini Dwi Putri  
NPM : 183112351650182  
Program Studi : Ilmu Komunikasi  
Judul Proposal Skripsi : *Standarisasi Jurnalisme dalam Memublikasikan Berita Di Media Sosial TikTok*

Kediaan Bapak/Ibu memberikan bimbingan secara intensif sangat kami harapkan. Diminta Bapak/Ibu memberikan jawaban segera dengan memberikan tanda tangan di bawah ini dan untuk menghitung beban tugas, diminta segera mengembalikannya kepada Pimpinan Fakultas melalui Sekretariat.

Demikian, terima kasih.

*Bersedia/Tidak Bersedia\**  
Sebagai Pembimbing,

Yuyu Sriwartini, S.Sos., M.Si  
\*coret yang tidak perlu

## Lampiran 2 Surat Tugas



UNIVERSITAS NASIONAL  
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK  
TERAKREDITASI BAN-PT

Jl. Sawo Manila No. 61, Pejaten, Pasar Minggu, Jakarta Selatan 12520  
Telp. (021) 70737624, 7806700 Ext.146, Fax. 7802718-7802719  
Homepage : <http://www.unas.ac.id> Email : [info@unas.ac.id](mailto:info@unas.ac.id)

### SURAT TUGAS

No. 376/WD/V/2022

Wakil Dekan Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik, Universitas Nasional menugaskan kepada Dosen berikut ini :

Nama : Yuyu Sriwartini, S.Sos., M.Si  
NIP/NIDN : 0313097602  
Pangkat Akademik : Lektor  
Unit Kerja : FISIP Universitas Nasional

Untuk dapat bertindak sebagai Pembimbing Skripsi pada Semester Genap Tahun Akademik 2021/2022 atas nama mahasiswa :

Nama : Anndini Dwi Putri  
NPM : 183112351650182  
Program Studi : Ilmu Komunikasi  
Judul Proposal Skripsi : ***Standarisasi Jurnalisme dalam Memublikasikan Berita Di Media Sosial TikTok***

Dengan ketentuan sebagai berikut :

- Jangka waktu penulisan skripsi adalah tiga sampai enam bulan.
- Memberikan bimbingan secara teratur delapan kali konsultasi dengan mengisi formulir 1 secara lengkap.
- Penulisan skripsi mengikuti pedoman sebagaimana tercantum dalam buku pedoman penulisan dan Ujian Skripsi yang dikeluarkan oleh Fakultas.

Demikian surat tugas ini dibuat untuk dapat dilaksanakan sebagaimana mestinya sesuai dengan aturan yang berlaku.

Jakarta, 13 Mei 2022  
Wakil Dekan,  


Dr. Bhakti Nur Avianto, M. Si.



## Lampiran 3 Lembar Konsultasi Pembimbing

### LEMBAR KONSULTASI PEMBIMBING SKRIPSI

Nama Mahasiswa : Anndini Dwi Putri  
Nomor Pokok Mahasiswa : 183112351650182  
Program Studi / Konsentrasi : Ilmu Komunikasi / Jurnalistik  
Program Studi/ Konsentrasi : Ilmu Komunikasi / Jurnalistik  
Judul Proposal Skripsi : **STANDARISASI JURNALISME RADAR BEKASI  
DALAM MEMUBLIKASIKAN BERITA DI TIK TOK**

NO	Tanggal	Materi Konsultasi	Paraf Pembimbing
1	29 April 2022	Merevisi proposal penelitian	
3	27 Mei 2022	Membuat dan merevisi BAB I	
4	11 Juni 2022	Konsultasi dan membuat BAB II	
5	20 Juni 2022	Merevisi BAB II	
6	18 Juli 2022	Membuat BAB III	
7	24 Juli 2022	Konsultasi mengenai pembuatan draft wawancara untuk narasumber	
8	1 Agustus 2022	Konsultasi mengenai teknis dan pemilihan narasumber untuk di wawancara	
10	4 Agustus 2022	Konsultasi mengenai laporan hasil penelitian di Radar Bekasi dan Aliansi Jurnalis Independen (AJI) Jakarta	
12	12 Agustus 2022	Mengirimkan progress BAB 4	
13	13 Agustus 2022	Revisi dan tahap finishing BAB 5 dan kelengkapan SKRIPSI	

Jakarta, 15 Agustus 2022  
Ketua Program Studi,



Drs. Adi Prakosa, M.Si

## Lampiran 4 Draft Wawancara Penelitian

### PANDUAN WAWANCARA PENELITIAN KUALITATIF

#### “STANDARISASI JURNALIS RADAR BEKASI DALAM MEMUBLIKASIKAN BERITA DI TIKTOK”

#### **PERTANYAAN KHUSUS UNTUK DEWAN PERS KOMISI PENGADUAN DAN PENEGAKAN ETIKA PERS**

##### **Pertanyaan:**

1. Bagaimana pandangan Anda mengenai video pemberitaan di TikTok?
2. Bagaimana tanggapan Anda mengenai media-media yang memublikasikan berita di TikTok yang berasal dari kiriman masyarakat (citizen journalism) atau video amatir yang diambil oleh masyarakat?
3. Bagaimana tanggapan Anda mengenai media-media yang memublikasikan berita berasal sumber berita yang kurang jelas dan kurang kredibel?
4. Apa saja tahapan-tahapan harus dilakukan media dalam memproduksi sebuah berita yang akan dipublikasikan di TikTok?
5. Bagaimana seharusnya penerapan unsur-unsur jurnalistik seperti 5W+1H dalam pemberitaan di TikTok?
6. Apakah ada standar khusus yang diterapkan oleh media dalam proses produksi video pemberitaan di TikTok?
7. Bagaimana standar atau aturan khusus tersebut?
8. Bagaimana aturan yang diterapkan media dalam penggunaan bahasa jurnalistik dalam memublikasikan video pemberitaan di TikTok?
9. Bagaimana nilai atau norma yang seharusnya dijadikan pedoman oleh media dalam menjalankan kegiatan jurnalistik yang merambah di dunia TikTok?
10. Menurut Anda dalam memublikasikan video pemberitaan di TikTok, idealnya harus seperti apa?
11. Bagaimana etika jurnalistik yang harus diterapkan oleh reporter atau dalam hal ini adalah tim konten sosial media dalam memublikasikan berita di TikTok?
12. Bagaimana seharusnya proses pemilihan berita atau konten yang harus diterapkan oleh media di TikTok?
13. Bagaimana standar atau aturan dalam pemilihan berita tersebut?
14. Bagaimana seharusnya penerapan kaidah jurnalistik yang dilakukan oleh media dalam memublikasikan berita di TikTok?
15. Bagaimana standar atau aturan dalam menentukan sumber berita yang dilakukan oleh media dalam memublikasikan berita di TikTok?
16. Bagaimana standar atau aturan dalam membuat bahan berita yang dilakukan oleh media dalam memublikasikan berita di TikTok?
17. Bagaimana standar atau aturan dalam membuat berita kasar yang dilakukan oleh media dalam memublikasikan berita di TikTok?



18. Bagaimana standar atau aturan dalam mengolah bahan berita yang dilakukan oleh media dalam memublikasikan berita di TikTok?
19. Bagaimana standar atau aturan dalam tahap *finishing* / tahap akhir / penyelesaian yang dilakukan oleh media dalam memublikasikan berita di TikTok?
20. Bagaimana standar atau aturan dalam pemilihan kualitas video pemberitaan yang dikirimkan oleh masyarakat yang akan dipublikasikan di TikTok?
21. Bagaimana standar atau aturan yang harus diterapkan media dalam penggunaan unsur teks di dalam pemberitaan baik caption, maupun yang tertera dalam video?
22. Bagaimana standar atau aturan dalam penggunaan audio video pemberitaan yang harus diterapkan media dalam memublikasikan berita di TikTok?
23. Menurut Anda, berita seperti apa yang layak dipublikasikan di media sosial TikTok?
24. Bagaimana tanggapan Anda mengenai media yang memanfaatkan TikTok untuk berjualan seperti menggunakan fitur TikTok Shop?
25. Menurut pandangan Anda, media harus memiliki fungsi apa saja? Dan bagaimana?
26. Menurut pandangan Anda nilai-nilai apa saja yang harus diterapkan oleh media dalam memublikasikan berita di TikTok?
27. Bagaimana cara atau strategi yang harus dilakukan oleh media dalam menjamin kebenaran saat ada berita viral di TikTok?
28. Bagaimana menjaga kredibilitas media ketika ada berita yang viral dan berasal dari sumber yang belum jelas?
29. Bagaimana pandangan Anda mengenai media yang memublikasikan berita yang sedang viral, namun ternyata itu hoax?
30. Bagaimana tanggapan Anda mengenai media yang tidak hanya memublikasikan video pemberitaan, tetapi juga video-video receh?

## PERTANYAAN KHUSUS UNTUK TIM KONTEN SOSIAL MEDIA

### Pertanyaan:

1. Terdapat berapa konten atau program pada akun @radarbekasi?
2. Berapa kali dalam sehari konten atau berita dipublikasikan di TikTok @radarbekasi?
3. Kapan biasanya tim konten sosial media, mencari berita yang akan dipublikasikan?
4. Konten apa saja yang biasanya menjadi daya tarik penonton atau *audience*?
5. Ada berapa tema yang dikelola pada akun @radarbekasi?
6. Pada saat pembuatan konten, apa yang menjadi fokus tim sosial media?
7. Apakah dalam memublikasikan berita di TikTok perlu melakukan riset? Biasanya riset yang bagaimana yang dilakukan dalam memublikasikan berita di TikTok?
8. Bagaimana gaya pemberitaan yang ada di TikTok @radarbekasi?
9. Biasanya berita yang dipublikasikan bentuknya seperti apa? Apakah ada talentnya atau lainnya?
10. Bagaimana tim konten sosial media dalam memperoleh sebuah berita? Berasal dari sumber apa?
11. Bagaimana tahapan tim konten sosial media dalam proses pembuatan video pemberitaan?
12. Bagaimana tim konten sosial media menentukan sumber berita atau pencariin berita yang akan dipublikasikan di TikTok @radarbekasi?
13. Bagaimana tim konten sosial media dalam membuat berita kasar yang akan dipublikasikan di TikTok @radarbekasi?
14. Bagaimana tim konten sosial media dalam membuat bahan berita yang akan dipublikasikan di TikTok @radarbekasi?
15. Bagaimana tim konten sosial media dalam mengolah, mengedit dan menyunting bahan berita yang akan dipublikasikan di TikTok?
16. Bagaimana tim konten sosial media dalam tahap *finishing* / tahap akhir / penyelesaian dalam membuat berita yang akan dipublikasikan di TikTok?
17. Bagaimana tim konten sosial media dalam pembuatan video pemberitaan atau kualitas video pemberitaan yang akan dipublikasikan di TikTok?
18. Bagaimana tim konten sosial media dalam penggunaan teks atau *caption* video pemberitaan yang akan dipublikasikan di TikTok?
19. Bagaimana tim konten sosial media dalam penggunaan audio video pemberitaan yang akan dipublikasikan di TikTok?
20. Feedback apa yang sering didapat dari audiens yang melihat konten-konten pada akun @radar bekasi?
21. Bagaimana alur atau prosedur yang harus dilakukan dalam membuat sebuah berita yang dipublikasikan di TikTok @radarbekasi?
22. Bagaimana cara memperoleh video pemberitaan yang berkualitas?
23. Bagaimana pemilihan berita yang akan dipublikasikan di @radarbekasi? Apakah hanya berdasarkan yang viral atau ada hal lainnya?
24. Apakah ada proses evaluasi terkait dengan berita yang sudah dibuat?

## PERTANYAAN KHUSUS UNTUK TIM *DIGITAL STRATEGIST*

### Pertanyaan:

1. Bagaimana pemanfaatan aplikasi TikTok sebagai platform pemberitaan oleh Radar Bekasi?
2. Kenapa memilih aplikasi TikTok sebagai media untuk memublikasikan konten atau video pemberitaan @radarbekasi?
3. Apakah ada waktu efektif dalam memublikasikan video pemberitaan di @radarbekasi? Jika ada, kapan waktu efektif tersebut?
4. Apakah ada kata kunci atau strategi agar video pemberitaan tersebut bisa FYP (for your page)?
5. Bagaimana cara atau strategi agar video pemberitaan di @radarbekasi bisa FYP?
6. Bagaimana cara mempertahankan agar konten atau video pemberitaan yang sudah tercipta, tetap berkualitas?
7. Bagaimana mempertahankan konten atau video pemberitaan agar tetap stabil?
8. Bagaimana cara mempertahankan konten atau video pemberitaan @radarbekasi agar tetap disukai oleh *audience*?
9. Feedback apa yang sering didapat dari audiens yang melihat konten-konten pada akun @radarbekasi?
10. Bila ada konten yang mendapat respon kurang baik, apa yang biasanya dilakukan untuk mengatasi hal tersebut?
11. Bagaimana cara mengidentifikasi tren serta insights dalam mengoptimalkan aktivitas media perusahaan?



## **PERTANYAAN KHUSUS UNTUK TIM *FOLLOWERS* RADAR BEKASI?**

### **Biodata:**

Nama :  
Usia :  
Jabatan :  
Jobdesk :

### **Pertanyaan:**

1. Apakah Anda mengetahui akun @radarbekasi?
2. Apakah Anda mengikuti akun @radarbekasi? Kenapa memutuskan untuk mengikuti akun tersebut?
3. Apakah Anda mencari informasi atau berita mengenai sebuah peristiwa pada akun @radarbekasi? Atau hanya melihat yang melewati FYP?
4. Berapa kali biasanya berita dari @radarbekasi melewati beranda?
5. Bagaimana menurut Anda penyajian berita yang dilakukan oleh @radarbekasi?
6. Bagaimana menurut Anda kualitas video pemberitaan yang dipublikasikan oleh @radarbekasi?
7. Bagaimana menurut Anda penggunaan teks atau caption yang digunakan @radarbekasi?
8. Bagaimana menurut Anda penggunaan audio yang digunakan @radarbekasi?
9. Menurut Anda apa yang menjadi nilai plus @radarbekasi dalam memublikasikan sebuah berita?
10. Menurut Anda, apa yang harus diperbaiki dan ditingkatkan dalam pemberitaan yang dipublikasikan oleh @radarbekasi?
11. Apakah Anda merasa puas dan mendapatkan informasi yang Anda cari ketika melihat konten pemberitaan @radarbekasi?
12. Apakah informasi atau pengetahuan Anda bertambah setelah melihat konten pemberitaan @radarbekasi?

## **PERTANYAAN UMUM:**

### **Pertanyaan:**

1. Kapan Radar Bekasi berdiri?
2. Bagaimana sejarah berdirinya Radar Bekasi?
3. Bagaimana struktur organisasi Radar Bekasi?
4. Berita apa saja yang dimuat di Radar Bekasi?
5. Selain koran cetak, Radar Bekasi memiliki platform apa saja dalam memublikasikan beritanya?
6. Ada berapa jenis program di Radar Bekasi?



## Lampiran 5 Hasil Wawancara Penelitian ( Transkrip)

### LAPORAN HASIL WAWANCARA PENELITIAN ANNDINI DWI PUTRI

#### “STANDARISASI JURNALIME RADAR BEKASI DALAM MEMUBLIKASIKAN BERITA DI TIKTOK”

#### PERTANYAAN KHUSUS UNTUK KETUA ALIANSI JURNALIS INDEPENDEN JAKARTA

##### Biodata:

Nama : Afwan Purwanto Muin  
Jabatan : Ketua Aliansi Jurnalis Indeoenden Jakarta  
Alamat : Jl. Kalibata Timur IV G No. 10, Kslibata, Kec. Pancoran, Jakarta  
Selatan DKI Jakarta

1. Apakah ada standar khusus yang diterapkan oleh media dalam proses produksi video pemberitaan di TikTok? Bagaimana standar atau aturan khusus tersebut?

Soal penggunaan platform TikTok jadi standarnya dimanapun itu sama, jadi medium yang digunakan ukurannya tetap, kalau mau memberitakan itu ya kode etik, kalau misalnya dalam konten video kan, misalnya itu bukan footage milik dia, apakah sudah seizin si pemilik footage untuk itu digunakan atau tidak, kalau tidak itu melanggar etik, melanggar hak digital gambar jga misalnya. Jadi kalau misalkan dia tidak menggunakan izin itu melanggar etik juga, dan kalau tidak verifikasi itu melanggar etik juga, jadi ya kalau misalnya hanya netizen yang diangkat, video yang kemudian tidak dikonfirmasi oleh jurnalisnyaya itu



melanggar etik juga, karena fungsi dari jurnalisnya kan seharusnya dia memverifikasi temuan-temuannya gitu. Jadi, kalau misalkan dia tidak meverifikasi apa bednya dnegan karya citizen journalism dan conten creator lainnya, yang membedakan dengan konten jurnalistik kan sebenarnya ada di verifikasinya. Jadi, pada prinsipnya sebenarnya, ketika menggunakan bait ke tujuh itu, meggunakan TikTok atau apapun itu harus semuanya harus mengacu pada standar kode etik jurnalistik ada 11 pasal, sudah jelas, semuanya mengacu ke situ. Termasuk dalam halnya memperlakukan anak-anak dalam konten berita itu. Karena, kode etik juga mengatur bagaimana perlakuan terhadap anak-anak, apalgi anak-anak yang terlibat kasus kejahatan misalnya. Yang termasuk dalam kasus kejahatan, acuannya semua sama, ada di kode etik ya, jadi mau di TikTok atau di manapun kalau dia tidak sesuai kode etik itu bisa digunakan hak jawab atau dilaporkan ke dewan pers, begitu.

2. Bagaimana tanggapan Anda mengenai media yang memanfaatkan TikTok untuk berjualan seperti menggunakan fitur TikTok Shop?

Nah, soal akun media Radar Bekasi, yang digunakan untuk jualan, Sebenearnya jurnalis itu punya garis api, tapi kan kita tahu perusahaan media di satu sis, dia adalah sebuah insudtri, garis api itu yang kemudian memisahkan antara redaksi dengan kepentingan bisnis si milik medianya, kalau misalnya akunnya kan kita bukan hanya Radar Bekasi sebenarnya, Anndin juga kali melihat Kompas TV misalnya menayangkan produk-produk Kompas entah itu bisa disebut jualan produknya sendiri atau seperti apa, nah itu perlu dipisahkan lagi, atau misalnya Detik yang lalai memasang tulisan advetorial padahal itu jelas-jelas iklan, memperhatikan kan kalau di Detik atau CNN banyak banget konten Allo Bank gitu kan, banyak banget yang muncul notifnya seolah-olah itu berita, padahal kan itu bukan berita, itu advetorial kemudian dibuatkan seperti pop up, nah pemisahannya sebenarnya di Redaksi adalah garis api tadi, jadi pastikan kalau memang dia tujuannya iklan di konten itu, dia seharusnya dia memasang bahwa ini advetorial di declare, kenapa declare seperti itu penting karena agar orang-orang

tidak menjadi dan menimbulkan miss informasi di konten itu, jadi orang mengerti bahwa “oh ini iklan: Nah kalau dalam konten Allo Bank tadi misalnya orang udah paham bahwa ini iklannya salah satu perusahaan CT diiklankan di medianya CT juga, orang jadi paham kalau orang melihat tidak perlu mengkliknya gitu, nah itu yang kemudian yang seharusnya dideklarasikan di depan, jadi bukan hanya iklan seharusnya, walaupun dia jualan itu okay sebenarnya, secara industrikan sebenarnya dia jualan produk jurnalistiknya pun di jual kan, ya namanya industri karya jurnalistiknya itu yang dijual, kalau dia jual produk lain nah itu lain lagi, perosalannya, nah jika pada kasus ini mereka jual kebutuhan pribadi itu juga harusnya dideklarasikan bahwa perusahaan ini, bahwa ini adalah iklan, Nah di TV ini jelaskan TV Shop misalnya, ini dijelaskan ini adalah TV Shop gitu, jadi memang program yang tayang misalnya dulu tuh jaco yang sering iklan ya, kaya panci yang kaya gitu kan ya, itu kanrajin ngiklan juga kan, tayangnya dimana ya? Tayangnya di semua TV cumakan itu udah jelas bahwa itu advetorial, walaupun sebenarnya TVnya melanggar, walaupun sebenarnya TVnya ada aturannya 20% maksimal konten iklan dari semua durasi payangan gitu. Nah itu yang kemudian yang perlu dilihat lebih jauh, apakah itu dideklarasikan bahwa itu advetorial atau engga, disitu yang harus dibedakan karena kalau dia tidak mendeklarasikan bahwa beritanya itu advetorial kemudian itu ternyata advetorial ya itu yang kemudian melanggar etik, di sisi lain kalau memang dia jualan dan itu produk industrinya dia sendiri, kan saya bilang tadi media ini tidak bisa dipisahkan dari sisi industrinya kan, memang dia industri yang bergerak dibidang jasa yang koor bisnisnya itu kepercayaan. Sebenarnya akan ada efek sampinga juga ke mereka nanti kalau mereka mengubah secara industri ya, mengubah koor bisnisnya dari jasa berita jadi jasa marketplace itu akan ngefek ke industrinya mereka, yang bisa dinilai secara jurnalistiknya apakah itu dideklarasikan sebagai advetorial atau engga itu aja sih sebenarnya.

3. Bagaimana tanggapan Anda mengenai media-media yang memublikasikan berita berasal sumber berita yang kurang jelas dan kurang kredibel?

Nah, itu yang saya bilang tadi, kalau maksudnya dia tidak memverifikasi apa bedanya dia dengan content creator, jadi di situ lah prinsip kenapa jurnalisisme itu dibutuhkan, karena ada proses verifikasi di dalamnya kalau ada media yang memang tidak memverifikasinya, karena kan untuk memverifikasi ini bisa dengan berbagai caranya, bisa dengan cek fakta itu berbagai media sudah memiliki kemampuan itu untuk cek fakta atau mungkin dia datang langsung ke lokasi dan wawancara gitu, ada beberapa media yang memang sudah memverifikasi dan betul kejadiannya di sini dia menayangkan terlebih dahulu sebelum kemudian dia memverifikasi ke lapangan atau maksudnya dia memverifikasi ke pihak-pihak yang terkait gitu, pada prinsipnya sebenarnya selama dia mendapatkan konten itu secara legal seperti meminta izin “bolehkah saya mengunggah gambar ini atau hal-hal lain” itu secara legal, kemudian dia memverifikasi informasinya, seharusnya di situ lingkup jurnalistiknya Din, yang pertama dia minta izin tidak serta merta asal pakai menggunakan credit, karena credit itu tidak menunjukkan apa-apa, yang paling penting dia harus izin bukan hanya pasang credit aja ya, harus izin, kalau diizinkan oke, kalau ga diizinkan jangan pakai, jadi prinsipnya ada di situ, yang kedua soal memverifikasi yang ada dalam konten tersebut.

4. Bagaimana nilai atau norma yang seharusnya dijadikan pedoman oleh media dalam menjalankan kegiatan jurnalistik yang merambah di dunia TikTok?

Sebenarnya prinsipnya semua sama, apa yang dipublish di YouTube kan bisa juga dipublish di TikTok sebenarnya, prinsipnya itu tadi, tetap patuh terhadap kode etik, memasang warning atau peringatan jika gambar-gambarannya itu bisa memicu trauma, karena kan kita ada aturan yang detail misalnya aturan terkait pemberitaan bunuh diri tidak boleh menampilkan adegan bunuh dirinya, itu semua sudah ada di Dewan Pers, selama mengikuti dengan aturan-aturan itu seharusnya mau bagaimanapun bentuk videonya di TikTok itu nggak masalah.

5. Bagaimana standar atau aturan dalam membuat bahan berita yang dilakukan oleh media dalam memublikasikan berita di TikTok?

Nggak ada aturan dalam pembuatan bahan berita ini khususnya di TikTok ya, ga ada aturan sebenarnya karena kan setiap medium punya gaya tersendiri, YouTube dengan gaya sendirinya durasinya tentu saja panjang, TikTok gak sepanjang YouTube tentunya, kontennya cepat, ga penuh dengan filter atau efek, nah aturannya tidak ada, ini kita kalau mau berbicara dari sisi industrinya, selain dari konten jurnalistik tentunya ya, selain dari kepentingan industrinya, tentu ketika dia memasang di TikTok, berarti dia ingin menjangkau atau meningkatkan engagement brand mereka di TikTok, intinya mereka ingin menjangkau atau mereach audience di TikTok, artinya audience di TikTok tentunya berbeda dengan audience yang ada di Facebook, atau Instagram atau YouTube, tentunya karakter audiencenya beda, Tentu saja menemotkan konten di Twitter, di Instagram itu berbeda, jadi apakah ada aturannya? Sebenarnya tidak ada aturan bakunya tergantung bagaimana mereka memanfaatkan konten jurnalistiknya tadi yang sudah dikerjakan secara etik, itu kemudian mau diunggah ke TikTok mau pakai efek apapun.

6. Bagaimana pandangan Anda mengenai media yang memublikasikan berita yang sedang viral, namun ternyata itu hoax?

Meminta maaf, seperti di standar etik, meminta maaf, meralat, memperbaiki, meminta maaf karena kredibilitas dibangun dari situ. Meminta maaf mau mengakui kesalahan. Dan dari videonya harusnya itu di *take down* itu bisa dilaporkan ke dewan pers.

7. Bagaimana standar atau aturan yang harus diterapkan media dalam penggunaan unsur teks di dalam pemberitaan baik caption, maupun yang tertera dalam video?

Nggak, itu lebih ke kepentingan lebih ke fyp, lebih ke kepentingan untuk menjangkau audience gitu, untuk kepentingan industri aja sebenarnya.

8. Bagaimana etika jurnalistik yang harus diterapkan oleh reporter atau dalam hal ini adalah tim konten sosial media dalam memublikasikan berita di TikTok?

Ya, itu soal kode etiknya aja, soal videonya mau diedit seperti apa itu terserah mereka gitu, yang penting karya jurnalistiknya itu sesuai etik dan tidak menyalahi etika. Cuma kan mereka akan membuatnya se meenarik mungkin, dan ini kita berbicara dari segi industri ya, mereka tentunya secara industri akan membuat kontennya semenarik mungkin karena kalau dari sisi industri ya berita itu penting tapi ga menarik siapa yang mau konsumsi gitu. Jadi berita itu pada prinsipnya apalagi mengandalkan visual ya atau yang video-video jurnalistik, prinsipnya itu ada dua penting dan menarik.

9. Bagaimana tanggapan Anda mengenai media yang tidak hanya memublikasikan video pemberitaan, tetapi juga video-video receh?

Selama dia tetap mematuhi prinsip etika tadi, ga masalah sebenarnya, dia misalnya minta izin atau apa untuk kontennya tidak masalah sebenarnya.

10. Menurut Anda, berita seperti apa yang layak dipublikasikan di media sosial TikTok?

Nah, ini kita bicara dari sisi industrinya lagi seperti tadi, berita apa yang layak, karena setiap media itu audiencenya itu beda-beda. Di TV aja nih, audience TVberita berbeda dengan audience TV non berita, makanya target beritanya itu makanya beda, coba perhatikan acara berita TV entertainment, cara pengemasan berita TV One, KompasTV dengan MetroTV itu beda, jadi bagaimana pengemasannya, bagaimana mereka menampilkannya, itu tergantung dari kepentingan industrinya mereka, karena setiap media ada audiencenya tersendiri.

Kontan misalnya atau bisnis mereka akan menggunakan bahasa-bahasa ekonomi. Setiaop media itu punya audience dan pendekatan ke audiencenya itu beda-beda.

11. Apa saja tahapan-tahapan harus dilakukan media dalam memproduksi sebuah berita yang akan dipublikasikan di TikTok?

Engga, semuanya sama, itukan konten video membuat video, jadi membuat video sama aja smeuanya ga ada bedanya membuat video jurnalistik yang lain. Yang berbeda cuma di efeknya.

12. Bagaimana menjaga kredibilitas media ketika ada berita yang viral dan berasal dari sumber yang belum jelas?

Ya itu tadi, dia harus memverifikasi baik secara konten atau cek fakta atau kalau perlu dia memverifikasinya di lapangan secara langsung.

13. Menurut pandangan Anda nilai-nilai apa saja yang harus diterapkan oleh media dalam memublikasikan berita di TikTok?

News value, di setiap redaksi berbeda beda, karena cara mereka mengambil angle itu ya berbeda juga tergantung apa yang menjadi target audience mereka, jadi mungkin akan berbeda di setiap media, tapi kalau news value itu nggak ada standarnya kan, setiap media memiliki news value sendiri, dalam setiap peristiwa, ada yang mengakngat sisi A atau B dan C jadi tergantung dari medianya.



## PERTANYAAN KHUSUS UNTUK TIM KONTEN SOSIAL MEDIA

Biodata:

Nama : Didik Ruyatman

Usia : 30 Tahun

Jabatan : Tim Konten dan Penanggung Jawab Social Media @radar\_bekasi

Pertanyaan:

1. Terdapat berapa konten atau program pada akun @radar\_bekasi?

Kalau konten sih ada 3 ya, yang pertama itu lebih ke berita terkini atau berita viral gitu kita blangnya, yang kedua itu seleb dan yang ketiga itu *entertaint* (hiburan/receh), jadi ada *news* yang serius sama, ada *entertaint* segala macam, yang receh lalu yang ke empat itu ada jualan, yang disebut dnegn *TikTok Shop*. Menjual semua barang, baik itu kosmetik atau kebutuhan sehari-hari dan lain-lain.

2. Berapa kali dalam sehari konten atau berita dipublikasikan di TikTok @radarbekasi?

Kalau konten di TikTok itu biasanya paling standar itu tergantung kalau jikalau ada yg viral banget kita biasanya sampe 10-15, tapi kalau standarnya itu 4-6 lah

3. Ada jam tertentu?

Kalau untuk di TikTok sih kita nggak ada pakem mau jam berapa, jadi ketika suatu video viral nih beberapa menit yang laly, misalkan di akun-akun yang udah rame gitu kita langsung upload. Tapi kalau misalkan kita ngikutin jam rame, itu diangka jam sore sekitar jam 3-12 malam, karena kan kalau kita berbicara TikTok itu penggunanya abg ya atau millennial lah bahasanya gitu, jadi banyak juga yang

kalau opagi itu masih beraktivitas, kalau sore itu mereka santai kalau malem itu gabut (istirahat) lah atau istilahnya itu belum tidur gitu.

4. Kapan biasanya tim konten sosial media, mencari berita yang akan dipublikasikan?

Kita misalkan hari ini ngambil pembahasannya itu yang video viral ya, kita itu nggak langsung ini viral terus kita langsung upload gitu, jadi kita nyari dulu keabsahan atau kebenaran berita-berita tersebut. Misalkan kita nyari referensi nih di grup-grup kita jawa pos ya, atau di temen-temen yang lain. Ini video ini gimana? Nah, takutnya kan ga sesuai sama kode etik dan menyebarkan hoax, jadi misalkan oh ini video ini ternyata gini, ini video khusus news ya sama entertaint gitu, beda dengan berita-berita receh gitu istilahnya kita cuma ngasih caption “ini lagi ngapain” udah langsung di-upload yaudah rame. Tapi kalau untuk news kita harus betul-betul mencari fakta dan kebenarannya seperti memastikan kembali benar atau btidaknya video tersebut dan kapan kejadiannya segala macem jadi lebih ke hati-hati juga, kalau video entertaint sama news gitu karena takut hoax kan dan takut salah gitu.

5. Berarti memang ada grupnya ya?

Ada, kita ada grup dari Radar Bogor Grup juga karena kan Radar Bekasi ini anakan dari Radar Bogor Grup yang ada sekitar 11 grup, jadi perusahaan-perusahaan yang dinaungi sama Radar Bogor Grup. Nah Radar Bogor ini anak perusahaan dari Jawa Pos, gitu. Jadi kalau misalkan untuk teman-teman TikTok si paling hanya sekitaran circle Radar Bogor Group aja, ga nyampe ke Jawa Pos dan lain-lain.

6. Konten apa saja yang biasanya menjadi daya tarik penonton atau *audience*?

Kalau misalkan mau jujur gitu ya, kalau misalkan berbicara konten itu penggerebekan mesum mbak, jadi nggak tau kenapa setiap kali ada yang berbau seks, ketelanjangan atau misalkan penggerebekan segala macam itu, itungan menit atau itungan jam aja untuk viewsnya dah nyampe jutaan. Nah yang pertama video penggerebekkan, yang kedua biasanya video yang semakin ekstrim gitu misalkan kecelakaan tapi kita blur juga kan. Terus berita-berita yang viral banget gitu. Misalkan kaya sekarang ada pembunuhan menembak polisi gitu kan itu rame juga, berita-berita standar itu juga rame sih, tapi yang paling rame ya berita berita tadi berita yang aga sedikit berbau porno dan lain-lain, dan itupun tergantung eksklusifitas video tersebut. Misalkan menggambarkan kesedihan atau netizen menggambarannya itu lebih ke emotional dan mengandung human interest gitu. Kaya misalkan ada Ibu-Ibu nih yang ditagih sama rentenir dengan cara kekerasan itu biasanya rame. Ada juga misalkan yang kemarin nih di Bekasi anak kecil yang tangannya di borgol gitu kan diiket itu rame juga gitu, jadi tergantung isi video tersebut dari segi *human interest*-nya atau misalkan mereka tuh bikin sedih atau bikin senang gitu, nah kebanyakan kejadian kaya gitu yang disukai masyarakat kalau mau senang senang sekalian, nyampe ketawa puas gitu itu yang paling cepat, kalau mau sedih-sedih sekalian.

7. Apakah ada pembagian jadwal untuk konten pemberitaan?

Kalau itu sih *random* sih mba, misal kita nemu yang receh dulu pagi, erarti kita upload yang receh. Tapi itu juga saya nggak terlalu fokus di konten receh gitu, paling receh itu itungannya 3:1 atau 5:1 gitu, ketika kita fokus di *news* dulu baru kita selipin receh gitu.

8. Pada saat pembuatan konten, apa yang menjadi fokus tim sosial media?

Kalau yang menjadi fokus kita sih lebih ke unik, beda dari yang lain dn infirmatif sih biasanya. Memberikan informasi, misalkan memang banyak orang yang merievew makanan nih, nah cuman ukan berarti hanya ngasih ini enak gitu. Tapi

kita itu sambil mengedukasi, jadi ini lho makanan khas Bekasi gitu, rasanya begini segala macem, ya mungkin lebih ke Bekasnya gitu, lebih ke ciri khas Bekasi menginformasikan bahwa itu berasal dari Bekasi.

9. Apakah dalam memublikasikan berita di TikTok perlu melakukan riset? Biasanya riset yang bagaimana yang dilakukan dalam memublikasikan berita di TikTok?

Iya riset. Kalau misalkan tadi kan kita bicarannya kalau menemukan sebuah video gitu ya, kita mininam konfirmasi. Contoh kecil kalau misalkan kejadian tersebut di Kota Bekasi sendiri, itu kita nggak melewati media-media lain, tetapi biasanya nanya langsung. Contoh seperti ada video penutupan TOL sama warga yang belum dibayar di daerah Bekasi. Meskipun kita punya data banyak atau kalau ada referensi berita-berita yang lain, karena berita tersebut dari Bekasi, itu biasanya kita konfirmasi langsung ke tempat dan ke orangnya gitu, ke sumber berita melalui teman-teman wartawan. Adapun misalkan kejadian kriminal nih adanya di Bekasi ada juga biasanya referensinya ke teman-teman wartawan adapun teman-teman wartawan bioasanya konfirmasinya ke orang-orang yang bertanggung jawab terhadap kejadian atau publikasi tersebut. Misalnya ke kepolisian atau kehumas segala macem. Nah berbeda kalau misalkan kita berbicara berita nasional misalkan di luar Bwkasi atau Jawa Barat, itu biasanya kita melansir dari bebeapa media gitu kan, misalkan kredibelnya dari grup kita misalnya grup Jawa Pos, JPNN lalu misalkan dari mana gitu, lalu kita samakan dulu bener ga nih beritanya, lalu ada juga yang langsung konfirmasi terhadap si pemosting video biasanya. Contoh misalkan sekarang anyak ya akun-akun akun yang mengatasnamakan media media, nah biasanya kan dilnsir di situ siapa sih yang memublikasikannya, nah kita cari nih, kita Dm atau kita kontak, ini mau konfirmasi berita ini, nanti kalau misalkan dia benar baru kita post, karena kita ada beberapa kejadian, istilahnya mereka itu memberikan hak jawab ke Radar Bekasi, misalnya ada orang yang memberikan video poemberiraan itu si penagih hutang, sednagkan yang ditagihnya itu melakukan kekerasan, nah ini kan di

upload oleh penagih hutang nah dari situ, kita ga ngambil kesimpulan bahwa si pengupload video ini bener dan si yang melakukan kekerasan ini itu salah, nah itu syaratnya apa? Nah yang pertama itu kasusnya mau apa? Mau kasus penganiayaan atau kasus pencurian? biasanya dari CCTV banyak tuh kan yang ngasih, mas ini pencurian di rumah saya motor saya ilang, tolong di share, nah kita nggak langsung diposting biasanya jadi ada syarat-syaratnya dulu yang pertama siapa yang mengirimkan? Harus berdasarkan nama lengkap, nah yang keduanya ini hukumnya wajib harus ada laporan dari kepolisian gitu, misalkan dia mau dinaikkan nih berota yang mengenai penganiayaan itu, kita nggak mau naikin tanpa ada laporan bukti bahwa si penagih hutang ini yang jadi korban gitu. Jadi harus ada konfirmasi dari pihak yang berwenang, karena konteknya kan itu sudah kriminal ya mbak, seperti pencurian atau penganiayaan itu kita nggak mau ujug-ujug diposting gitu, kita syaratnya harus ada laporan dari kepolisian gitu. Nah Alhamdulillah kalau ada yang ngirim gitu biasanya dia udah paham. Misalnya dia ngirim “mas mau laporan nih untuk pencurian di rumah saya ini bukti CCTVnya” ada laporan kepolisiannya nggak? Misalkan udah baru kita rollingnya gimana segala macam baru jadi video gitu. Nah itupun kalau mudah dihubungin, kalau misalkan sulit dihubungin sampai 2/3 jam kita hubungin ga ada jawaban biasanya kita dari media-media lain gitu, kita melansir dan segala macam gitu dan itu juga media yang betul-betul terverifikasi lah istilahnya gitu, kan sekarang banyak yang mengatasnamakna media dan blog segala macam, nah kita itu nggak terlalu fokus ke situ, tapi ke media yang lebih nasional aja yang sudah terverifikasi. Seperti Jawa Pos, JPNN, Detik dan dari Pikiran Rakyat juga bisa.

#### 10. Bagaimana gaya pemberitaan yang ada di TikTok @radarbekasi?

Kalau kisalkan gaya kita sampai saat ini belum ada pakem, tapi kalau misalkan keinginan yang diinginkan oleh si netizen TikTok itu yang pertama mereka itu gamau ribet, artinya gamau ribet itu kalau misalkajn terlalu banyak teks itu mereka gamau. Arinya berita yang paling disukai itu yang pertama standarnya adalah video itu nggak terlalu banyak goyang (*shaking*), nggak terlalu monoton

satu arah, lebih suka yang lebih cepet. Yang kedua biasanya yang paling disukai itu kaya ada suara (*voice over*) dan yang paling mereka mau juga mereka pengen tau apa sih isi dari video tersebut. Nah VO itu bukan berarti vo dari kita ya, contoh misalkan netizen sekarang kan ada kecelakaan nah si pembuat video itu sambil berbicara dan memberikan keterangan mengenai videonya. Nah yang seperti itu netizen senang, jadi video-video yang interaktif dan ada VOnya. Dan yang paling senangnya juga ada link yang bisa dibaca. Kalau dikita ada yang dicantumin ada yang engga.

11. Tapi untuk video pemberitaan sendiri apakah semua sudah ada captionnya?

Rata-rata sih udah ada, diedit kembali dan untuk di TikTok sendiri kita ngerangkum sih, dikarenakan caption di TikTok itu terbatas. Jadi paling kita memberikan inti dari video tersebut.

12. Biasanya berita yang dipublikasikan bentuknya seperti apa?

Apakah ada talentnya atau lainnya? Kalau untuk saat ini, di TikTok berbeda ya dengan di TV. Kita sudah pernah mencoba bahkan teman-teman radar grup sendiri pernah mencoba. Perbedaan video langsung dengan orang ditampilkan orangnya, itu agak sedikit menurun engagementnya, jadi warga TikTok ini gamau yang bertele-tele, lebih suka yang to the point gitu. Jadi kemungkinan besar Radar Bekasi kalau untuk TikTok ya, kita tidak menggunakan news anchor tetapi kita menggunakan VO yang sudah pasti akan kita jalankan. Jadi hanya VO aja, ga menampilkan *news anchornya*.

13. Radar Bekasi ini memanfaatkan TikTok sebagai apa nih mas?

Yang pertama kita memanfaatkannya sebagai promosi, promosi itu kaya pengiklanan, misalkan ada yang iklan dan lebih ke endorse gitu. Yang kedua branding untuk menaikkan nama radar Bekasi. Yang ketiga kita memanfaatkan



fasilitas back link untuk baca berita di website, yang keempat lebih memberikan informasi, tapi yang paling pas sih untuk memberikan fasilitas agar bisa terhubung dengan link di website kita gitu. Agar dari video yang singkat itu bisa nyambung ke website kita untuk baca berita lengkapnya, dan yang paling sederhana sih untuk menghasilkan rupiah gitu.

14. Bagaimana tim konten sosial media dalam memperoleh sebuah berita?  
Berasal dari sumber apa?

Kalau paling cepat itu dari inbox ya, biasanya ke DM Instagram atau ke nomor WhatsApp kantor. Misal ada berita apa nih, jadi emang yang nelpun tiap malem ini banyak, cuma ya kita hanya buka via chat WA aja. Tapi kalau misalkan dia ngirim berita kita olah lagi kan, nah dari situ kita nanya ini benar nggak beritanya? Nah termasuk yang saya bilang yang harus ada surat keterangan dari yang berwenang. Tapi kalau hanya ada jalan yang rusak dan berubang itu kita bantu posting. Atau ada kejadian tauran di arah ini diposting juga. Jadi kalau untu sekarang sih alhamdulillah kita untuk pemberitaan video ya, istilahnya yang ngirim itu lebih dari 10, dan itu juga kita pilih lagi. Nah kalau untuk berita yang durasinya cukup panjang TikTok ini hanya sebagai promosi aja, namun selengkapnya bisa dicek di YouTube. Misalnya teman-teman wartawan nih memberikan berita kaya kemarin ada kejadian yang tabrakan itu kan, nah itu video dari mereka durasinya panjang, bisa 1-5 menit gitu. Nah ini kita nggak dimasukkan ke TikTok tapi ke Facebook dan YouTube, si TikTok ini hanya sebatas promosi bahwa ada video lengkapnya di YouTube loh.

15. Bagaimana tahapan tim konten sosial media dalam proses pembuatan video pemberitaan? Bagaimana tim konten sosial media menentukan sumber berita atau pencari berita yang akan dipublikasikan di TikTok @radarbekasi?

Kalau untuk tahapan video sendiri yang pertama itu persiapan jadi harus ada bahan videonya dulu, dimana si video tersebut tidak rusak, artinya kualitasnya

baik lah, kan ada video yang gelap banget atau yg *noisy* bahkan ada yang terlalu banyak yang embel-embel *watermark*, itu yang kalau tidak terlalu mengganggu dimasukkan. Tapi yang mengganggu banget itu ngga kita masukin biasanya. Artinya kita lebih ngeliat dulu kualitas gambarnya, kalau kualitas gambarnya ini buruk biasanya kita ganti dengan screenshot gambar yang lain gitu. Ambil di google atau di berita-berita yang membahas itu. Nah tapi kita liat juga kalau misalkan pe,bahasan ini lagi tren ga sih di media sosial, kalau lagi tren banget kita itu biasanya nyari data yang bagus gitu, oh videonya yang ini yang memang belum ada watermark atau yang belum diakui oleh media lain. Jadi tergantung si beritanya, intinya kita riset dulu kalau ada bahan ya, terus kita liat kualitas gambar atau videonya bagus nih, terus kualitas kontennya apakah sedang tren atau engga, setelah itu yaudah kita nyari bahan tulisannya. Kalau misalkan bagus kita up, tapi kalau videonya tidak bagus tapi beritanya lagi tren, ini screenshotan atau berupa potongan-potongan gambar biasanya bisa jadi video. Jadi ngga harus kejadian hari itu harus dapetin video, enggak, meskipun ga dapat secara detail video kronologinya tapi kita bisa ganti dnegan gambar ilustrasi gitu bisa di Instagram dan dicantumkan foto sekaligus di tag juga orang yang bersangkutan.

16. Bagaimana tim konten sosial media dalam membuat berita kasar yang akan dipublikasikan di TikTok @radarbekasi? Bagaimana tim konten sosial media dalam membuat bahan berita yang akan dipublikasikan di TikTok @radarbekasi?

Untuk pembuatan berita kasar, pencariannya biasanya di google, kadang-kadang kan kita nyari di JPNN atau Jawa Pos oh ini belum update, kita cari di google, kita sih kalau berita-berita di TikTok yang utama adalah alamat atau tempat kejadian (Where) dan hari, kapan terjadinya kejadian tersebut (When), itu yang paling utama dalam membuat bahan bagi kita. Nah yang keduanya itu biasanya berupa saksi mata, misalkan dilansir dari media mana atau dari kepolisian atau apa gitu, jadi yang utama itu apa video tersebut kapan, di mana alamat kejadian tersebut

terjadi, terus kalau kisalkan yang lain-lain seperti korban itu biasanya ga terlalu dibutuhkan.

17. Bagaimana tim konten sosial media dalam mengolah, mengedit dan menyunting bahan berita yang akan dipublikasikan di TikTok?

Kalau untuk mengolah kita menggunakan aplikasi di PC mbak, pake adobe premiere, ya paling ada standar-standarnya, yang pertama standar atau ciri khas itu yang pertama ada thumbnail yang ada logi Radar Bekasnya dan judul, yang kedua itu adalah tanda air (*watermark*) terus yang ketiga itu ada teks atau isi dan yang terakhir itu kita kasih *outro*, jadi kaya *intro* tapi dibalik dibelakang gitu kalau di TikTok, jadi bedanya kalau YouTube kita kasih intro di depan kalau untuk TikTok kita cuma kasih di belakang aja, gitu.

18. Bagaimana tim konten sosial media dalam tahap *finishing* / tahap akhir / penyelesaian dalam membuat berita yang akan dipublikasikan di TikTok?

Penyelesaiannya sih, kalau untu berita-berita standar itu ya kita lihat dulu sebelum diupload, apakah ada typo atau ada yang kurag gitu, kalau ga ada yaudah kita upload gitu kan, kita pakai *hashtag*, kita mainin *hashtag* juga, kalau misalkan berita rekeh ya kita liat terus kita upload, tapi berbeda kalau misalkan kaya kemarin itu kan ada semacam pelecehan dan penghinaan terhadap supporter bola itu yang mengakibatkan gesekan yang suatu saat nanti akan besar gitu, itu biasanya saya konfirmasi dulu ke pemred, kalau misalkan kata pemrednya jangan di upload terlalu sensitif dan beresiko yaudah kita turunin. Tapi kita mengkonfirmasi berita atau video itu yang memang berita-berita yang aga sedikit kedepannya itu akan bersinggungan, berita-berita sensitif itu wajib harus konfirmasi. Jadi dicek dulu sama pemrednya, tapi kalau untuk yang ga begitu sensitif langsung aja diupload, tapi liat dulu thubnailnya bagus, teksnya typo atau engga, udah upload gitu.

19. Bagaimana tim konten sosial media dalam pembuatan video pemberitaan atau kualitas video pemberitaan yang akan dipublikasikan di TikTok?

Yang pertama, dilihat dari kualitasnya tidak terlalu *over noisy* banget, jadi intinya si gambar itu jelas, tidak gelap, tidak terlalu *shaking* atau bergoyang, kan kalau goyang itu kita ngeliatnya pusing. Itu aja sih paling.

20. Bagaimana tim konten sosial media dalam penggunaan teks atau caption video pemberitaan yang akan dipublikasikan di TikTok?

Kalau caption itu kalau kita melansir dari media lain itu kita tidak merubah, kalau misalkan hanya video dapet kiriman netizen ya paling kita nambah-nambahin aja, untuk caption sih paling lebih ke judul aja sih, paling lebih ke alamat kalau untuk video itu mereka tuh dimana.

21. Kalau untuk kronologi biasanya dijelaskan di komen gak?

Kalau kronologi biasanya gini, dulu pernah kita kejadian yang ada anak perempuan digorok ibunya, yang sempat viral gitu, nah karena saya liat keceng banget traffiknya, posisinya jam 2 lagi sahur kan, kita ga bisa konfirmasi sana sini kan, yaudah saya upload dulu lah, nah kalau TikTok kan gabisa ngerubah caption, gabisa diedit lagi ya, nah kita yaudah apa adanya dari yang pengirim video itu, jadi saya ngerepost dari akun A, ini kita menekankan kepada netizen bahwa kita mendapatkan video ini dari akun @a gitu, jadi kalau misalkan ada yang mempertanyakan kok ini beritanya hoax sih? Ya saya dapatnya dari akun @...., bukan dari lokasi nah setelah itu kalau udah rame nih, kita share ke grup, tolong dong dibikin beritanya, tentang anak yang digorok sama ibunya, ternyata kan jauh berbeda dengan aslinya, dari akun yang posting dengan berita yang sebenarnya. Jadi kalau misalkan di media kalau kita salah atau keliru, kita bisa bikin berita selanjutnya gitu. Dibikin berita baru dan dikonfirmasi kembali, kalau salahnya fatal ya biasanya kita *delete* kalau salahnya nggak fatal yaudah biarin aja.

22. Bagaimana tim konten sosial media dalam penggunaan audio video pemberitaan yang akan dipublikasikan di TikTok?

Kalau misalkan musik sih kadang-kadang, kadang musik itu suka kena copyright ya, untuk mengurangi atau tidak beresiko video ini dihapus kita biasanya jarang menggunakan audio. Jadi audio asli aja gitu. Kalau video berita kita jarang pakai audio, tapi kalau untuk video receh itu wajib pakai audio, karena kan lagu yang lagi viral, jadi kita biasanya pake sound yang lagi viral yang sering digunakan di fyp.

23. Apa yang dilakukan radar bekasi apabila ternyata ada video hoax?

Kalau hoax ya itu tergantung juga, kalau misalkan terlalu beda dan jauh banget dengan keadaan segala macam ya kita hapus, kecuali kalau misalkan banyak yang contohnya banyak sih yang paling gede, yang anak digorok itu kan, dan ada yang ngomong dan memberikan keterangan juga, nah itu ditulis ada yang mengatakan sampe kita di DM sama pengupload video juga ya kita hapus gitu. Kalau untuk Radar Bekais itu misalkan contohnya ada berita mengganggu keluarga atau seseorang dan minta untuk dihapus, ya kita hapus, jadi kita nggak kekeuh kaya media lain, kalau misalkan beul-betul komplainnya banyak banget, dan ada yang DM minta dihapus kita hapus. Kaya jikalau kemarin ada anak sekolah yang melakukan video asusila kemudian ada pihak sekolah dan keluarga yang minta dihapus ya kita hapus, nggak kekeuh gitu. Jadi kita nggak mementingkan misalknya viewersnya udah jutaan, dan kalau yang mintanya secara baik-baik kita akan hapus.

24. Kalau ada video hoax dan belum di take down itu gimana?

Kalau hal itu biasanya kita bikin video kedua, tapi walaupun kita ngeh kali itu benar-benar hoax, biarpun ga ada yang komplain, biasanya kita take down juga

sih beritanya, tapi kalau misalkan masih samar-samar, misal cuma salah nama atau salah alamat biasanya kita bikin video ralat yang kedua.

25. Feedback apa yang sering didapat dari audiens yang melihat konten-konten pada akun @radar bekasi?

Kalau untuk komentar, kita ga bales satu-satu, karena bakal banyak banget, kita jarang, kecuali kalau misalkan video tersebut minim informasi nih, nah terus ada yang menginformasikan dikolom komentar, nah biasanya kita disematkan keatas tentang informasi tersebut gitu. Kadang kita baca juga kalau ada informasi dan dari sipengkomentar kita dipin kita interaksi juga gitu sama netizen, kalau untuk komen pro dan konranya sendiri yang pertama tergantung kontennya yang kedua tergantung dipostingnya dimana, kadang kurang jelas gitu untuk komentarnya karena komen TikTok itu sebarang hanya “komen pertama, pertama nih dapet apa?” wahud itu kan ga jelas, kadang ada juga saya kesal sendiri kalau liatin komentar netizen. Misalkan udah ngasih caption yang lengkap, tapi masih ada yang nanya “ini apa sih” makanya dulu kalau nanggapi komentar yang seprtti itu suka dibalas “ kalau sekarang kan Indonesia darurat membaca” kalau sekarang kan ngejaga biar mereka ga tersinggung jadi yaudah dibiarin aja.

26. Bagaimana alur atau prosedur yang harus dilakukan dalam membuat sebuah berita yang dipublikasikan di TikTok @radarbekasi?

Alurnya ya yang pertama kita buka google atau Instagram, terus kita biasanya ada beberapa akun-akun Instagram atau akun-akun media juga, kita cari nih misalkan kejadiannya baru satu jam yang lalu berita A yaudah kita download dan diedit handphone menggunakan Kine Mater kalau di PC menggunakan Adobe Premiere, dipotong-potong dulu, mana yang sekiranya bagus videonya atau mau langsung. Dari situ kita bikin judul lalu kita masukkan caption-caption di video gitu. *Dirender* lalu kita coba upload di TikTok, YouTube lalu ada Facebook, Instagram, jadi kita ada 4 platform yang diupload, lalu ada Snack Video, Hello dan lain-lain



sekitar 8 akun lah 1 videonya, itu kita share di 8 akun. Nah mungkin kalau misalkan proses A - Z di 8 akun itu, kita membutuhkan waktu sekitar 1-1.30 jam, dari pencarian sampai proses upload selesai, kadangkannya dari upload itu kita cek lagi.

27. Bagaimana cara memperoleh video pemberitaan yang berkualitas?

Ya sampai saat ini sih karena teknologi handphone sekarang canggih ya, menurut saya sih sudah memenuhi standar kalau misalkan handphone-handphone yang zaman sekarang itu dari segi video ga terlalu tremor lah gitu, nah mungkin kalau untuk dari segi video itu berkualitas tapi kalau untuk segi beritanya tersebut kita bantu agar lebih berkualitas dengan cara kita tampilkan informasi, kita tampilkan VO dan cari artikel-artikel yang lain.

28. Bagaimana pemilihan berita yang akan dipublikasikan di @radarbekasi? Apakah hanya berdasarkan yang viral atau ada hal lainnya?

Kalau untuk pemilihan berita apalagi terutama kita sih lebih ke Bekasi gitu. Kalau berita tersebut berasal dari Bekasi ya kita upload, nah yang namanya video di daerah bekasi pasti kita upload berbeda dengan berita yang di luar bekasi atau berita nasional itu kita lihat dulu, melanggar hak komunitas ga nih atau melanggar aturan dari media sosialnya nggak nih, itu kita pilih juga kalau melanggar. Dari pada beresiko yaudah kitta nggak upload, ada juga kalau misalkan kejadian yang ekstrim seperti ketelanjangan terhadap anak-anak kita nggak upload atau diblur full, jadi lebih hati-hati terhadap isi konten sih. Kalau misalkan di TikTok lebih selektif untuk mengupload video, seperti bunuh diri, senjata tajam lalu misalkan ada kaya pisau gitu itu lebih menyingkirkan yaudah jangan diambil resiko gitu. Jadi bahaya itu juga bukan hanya berita itu hoax tapi video tersebut bahaya untuk kesehatan akun kita juga. Kalau video berbahaya, takutnya nanti akunnya ke *banned* resikonya.

29. Apakah ada proses evaluasi terkait dengan berita yang sudah dibuat?

Kalau evaluasi sih biasanya yang pertama kalau gambar dan caption keliru, tiba-tiba ada muncul caption yang lain. Kalau misalkan evaluasi dari temen-temen redaktur sampe saat ini belum ada yang terlalu signifikan, intinya belum ada sih lebih ke aman-aman aja, kalau evluasi sih lebih ke pembelajaran di awal-awal ya untuk lebih hati-hati karena bagaimana video tersebut tidak mengandung hoax, kemudian bagaimana caranya gambar ini tidak menyakiti mata penonton dan yang terakhir gimana caranya si video ini bisa dicerna oleh penonton. Ya mungkin karena dari awal kita lebih fokus untuk hati-hati terhadap produksi sehingga tidak ada komentar-komentar negatif terhadap video-video tersebut. Tapi kalau untuk pengecekan dan evaluasi lebih ke pribadi sih sering sih ngeliatin ini ada yang kurang ga segala mace, jadi itu, termasuk kita ada berulang kali ganti template, apakah kebesaran atau keliatan norak? Jadi lebih ke evaluasi design sih. Evaluasi jam upload, terus juga kenapa video ga naik-naik, lebih ke sana sih. Karena kan kita berbicara perusahaan Radar Bekasi ini koran konvensional ya, lalu bertransformasi menjadi perusahaan digital ya kita membutuhkan waktu yang sangat amat lama juga untuk orang-orang yang lama ini memahami apa si itu digita, konten video dll. Sehingga yang tadinya mau komentar apa juga bingung mau memberi arahan apa. Ada juga yang beralasan kenapa jarang memberikan evaluasi ini karena mereka tidak menginstall TikTok, sehingga seharusnya evaluasi-evaluasi yang harusnya disampaikan ke tim kami itu tidak tersampaikan, mungkin alasannya tidak melihat video TikTok, tidak ada waktu melihatnya atau tidak mengerti terhadap video pemberitaan yang disebar di TikTok gitu.

## PERTANYAAN KHUSUS UNTUK TIM *DIGITAL STRATEGIST*

Biodata:

Nama : Didik Ruyatman

Usia : 30 Tahun

Jabatan : Tim Konten dan Penanggung Jawab Social Media @radar\_bekasi

Pertanyaan:

1. Kenapa memilih aplikasi TikTok sebagai media untuk memublikasikan konten atau video pemberitaan @radarbekasi?

Ya sebetulnya kita itu kecewa terhadap aplikasi-aplikasi yang lain, karena yang pertama ya, aplikasi yang lain itu lebih eksklusif buat semua orang berbeda dengan TikTok, yang mana memberikan kesempatan bagi semua orang. Di TikTok itu nggak ada yang eksklusif, orang jelek aja di kasih kesempatan untuk terkenal, kalau di Instagram mana ada orang jelek terkenal. Jadi kesempatan orang-orang kaya biasa di Instagram dan YouTube itu aga sedikit minim ketimbang di TikTok. Kenapa TikTok jujur aja saya sendiri juga agak sedikit ilfeel juga, karena jujur aja kita di direct langsung sama TikTok Indonesia, terus kita tanya apa fasilitasnya, oh nanti dibantu segala macam, bisa centang biru nggak? Dan kata si TikTiknya oh bisa nanti kita bantu mas. Akhirnya kita masuk ke TikTok, dan ke sini sini TikTok bagus nih, karena kan kita juga melihat target pasar, pas kita coba aplikasi TikTok juga kok ini nyaman gitu, dan cepet prosesnya, ketimbang kalau misalkan kita liat YouTube, yang video panjang gitu dan ga dikasih kesempatan untyk ada di *timeline* gitu ya, yang paling kagetnya itu kita cuma dalam kurun waktu 2 bulan, followers kita itu udah jutaan dan udah centang biru. Makanya di situ yaudah kita fokusin di TikTok, dan alhamdulillah juga Radar Bogor Group ini pemegang rekor followers terbanyak di Indonesia. Dari situ ternyata makin ke sini makin berkembang gitu kan, enaklah gitu, lalu dari segi impact medsos yang lain juga ternyata bagus, karena fyp juga. Nah setelah itu beralih ke Instagram dan kalau

ada berita-berita bagus beralih juga ke websitenya, jadi impactnya itu selain membuat branding kita jadi lebih juga, dan traffic ke websitenya juga naik juga.

2. Apakah ada kata kunci atau strategi agar video pemberitaan tersebut bisa FYP (for your page)?

Kalau TikTon sendiri sih, aga ribet ya untuk algoritma beda dengan YouTube dengan IG yang emmang udah banyak followersnya gitu ya, Kalau awal-awal sih hastag biasa gitu hastag, yang pertama kita caption dulu, biasa kan dari judul, lead pertama, terus kata kucinya misalkan video kecelakaan di Bekasi, terus hastagnya #videokecelakaanbekasi, #beritabekasi, #beritabekasihariini, yaudah gitu-gitu aja sih. Jadi, apa yang ada dicaption tersebut dijadikan hastag gitu.

3. Bagaimana cara atau strategi agar video pemberitaan di @radarbekasi bisa FYP?

Di akun yang kita pegang itu, kita ggak pake apa-apa di strategi biar FYP, kalau dulu si ya paling hastag, ya balik lagi istilahnya lebih ke 10 detik pertama itu ya yang menampilkan sesuatu yang menarik, kalau yang kedua sih dari kualitas video sebenarnya. Dan yang paling pasti itu ya isi videonya snediri, video apa sih.

4. Bagaimana cara mempertahankan agar konten atau video pemberitaan yang sudah tercipta, tetap berkualitas?

Sebenarnya kita bisa tau nih, dalam oitungan detik itu FYP atau engga, kalau video yang ga fyp itu direfresnya aja sampe puluhan kali, kalau yg fyp sekali kita refresh tuh langsung ratusan. 1 menitan aja udah ratusan ribu, kemudian 1 jam bisa sampe 1 juta, itu udah pasti fyp, nah dari 1 juta fyp itu, kita ga berhenti-berheni tuh untuk upload banyak konten, jadi langsung lanjut untuk upload video yg lain gitu. Dan itu ngaruh juga, kalau misaljan video sebelumnya ngga fyp nih, terus aja kita upload, sampe ada video yg 1juta viewers, nah itu biasanya kalau ada video yang diatas 1 juta - 3 juta keatas, itu ngaruh juga di live streaming, kita

kan juga ada TikTok Shop ya, itu bakal rame juga di live streaming. Kalau untuk memepertahankannya ya minimal itu kita dalam sehari itu upload 3 video, karena kalau misalakan sehari ga upload kualitas viewers itu turun gitu, jadi harus wajib upload video.

5. Bagaimana cara mekpertahankan konten atau video pemberitaan @radarbekasi agar tetap disukai oleh *audience*?

Biasanya sih ciri khas yang tadi saya bilang ada *template*, ada keterangan segala maccem karena yang jadi mereka balik lagi untuk nonton ya karena tidak mengganggu daru segi video gitu. Terus mereka juga tau oh ini Radar Bekasi, dan dari centang biru juga mempengaruhi sih. Misalkan kalau kita komen nih dipin juga sama mereka, terus kalau misalkan kita live atau ada UMKM live nih, kita suka naik kan, kita ikut *collab* jadi yang tadinya si pedagang tersebut yang nonton cuman di bawah 50, kalau misalkan kita join nih kadang kadang sampe ratusan dan ribuan yang nonton, karena ke bawa dari radar Bekasi ini. Semacam collab dan diskusi gitu ya.

6. Feedback apa yang sering didapat dari audiens yang melihat konten-konten pada akun @radarbekasi?

Ya paling mereka membantu untuk mempromosikan akun kita sih, misalkan mereka kaya share konten kita, ada sih yang memang download video, saya sennag gitu kalau misalkan feedback dari netizen, kan kita suka keliatan nih enggagementnya, ada berapa yang jumlah sharenya dan mempengaruhi kita untuk nambah followers dan ngebranding kita juga.

7. Bila ada konten yang mendapat respon kurang baik, apa yang biasanya dilakukan untuk mengatasi hal tersebut?

Mungkin banyak, tapi jarang liat komen, karena itu sebagai fundamental kita sebagai admin medsos ya, karena ketika kemain misalnya ada kasus Hollywings ya, saya sempat khawatir juga ketika permasalahan dari Radar Bogor dan Radar Bekasi ketika ada kesalahan dari adminnya, ini seperti apa pertanggung jawabannya. Karena kita sebuah media, di mana media itu dilindungi oleh Dewan Pers, jadi kita nggak ada urusan untuk berurusan langsung dengan kepolisian, fundamental yang ke dua kalau misalkan kita terlalu membaca, ya namanya manusia ya, saya pernah ada pengalaman disumpahin yang buruk dan sardis gitu kan. Dari pada kita merasa sakit hati oleh netizen yaudah biarkan saja ga perlu dibaca, karena itu menjadi semacam ketakutan buat kita dan bikin ragu-ragu, dari pada istilahnya merusak mental kita, yaudaha ga perlu baca kita dari pada menghambat pekerjaan kita gitu.

8. Apakah untuk upload konten ini ada yang berasal dari reporter bahannya?

Sering, cuman ya kita kan kekurangan SDM juga ya, karena Bekasi ini sangat luas, karena mereka juga dituntut untuk mengisi berita koran, karena kita berbicara online dan konvensional ya kalau di Radar Bekasi, nah mungkin kan ga bisa bikin berita cepet gitu ya karena ada publikasi khusus, di koran kan itu jelas narasuberny siapa ada wawancara segala macam, ya mungkin dengan mereka mengisi koran setiap hari aja waktu mereka sudah habis, jadi sealakadarnya aja videonya, memang diwajibkan untuk beberapa kali ngirim dari teman-teman wartawan, jadi kalau kirim berita dari wartawan sih masih belum terlalu maksimal lah gitu.

9. Bagaimana cara mengidentifikasi tren serta insights dalam mengoptimalkan aktivitas media perusahaan?

Kalau kita sih misalkan video ya sampai saat ini alhamdulillah kalau apapun video yang diupload Radar Bekasi biasanya tren dan fyp, tapi kalau kita berbicara di platform lain tergantung pemberitaan-pemberitaan yang hot news gitu. Apalagi

yang berbau advetorial itu kita ga upoad juga, tapi kalau misalkan video-video yang berbau seks itu cepat viral, korupsi, pokonya orang-orang yang salah itu asti viral, oraang yang salah, orang teraniyaya, orang menghibur itu oasti viral. Jadi netizen ini yang disenangi adalah memuji tapi yang lebih disenangi lagi itu mencaci, menghujat, itu rame banget. Dan kita pun harus bisa memainkan dan tau apa yang diinginkan netizen baik itu drai audio yang digunakan.





## **PERTANYAAN KHUSUS UNTUK TIM *FOLLOWERS* RADAR BEKASI?**

Biodata:

Nama : Vira Rizky Rosiandany  
Usia : 23 Tahun  
Jabatan : Sudah bekerja sebagai Social Media Staff  
Domisili : Tangerang

Pertanyaan:

1. Apakah Anda mengetahui akun @radar\_bekasi?

Tahu, kak.

2. Apakah Anda Mengikuti akun @radar\_bekasi? Kenapa memutuskan untuk mengikutiaun tersebut?

Iya, mengikuti. Sekitar 2 bulan yang lalu. Karena supaya mendapatkan informasi yang lebih jelas, bersumber yang lebih jelas dari mananya kan, karena di TikTok tadi itu banyak informasi-informasi atau berita yang kurang kredibel lah ya, kalau misalkan dari Radar Bekasi kan lebih terpercaya gitu berita-beritanya

3. Apakah Anda mencari informasi atau berita mengenai sebuah peristiwa pada akun @radarbekasi? Atau hanya melihat yang melewati FYP?

Lebih sering ke akunnya, kalau ke FYPnya juga biasanya langsung ngebuka ke akunnya lagi sih

4. Berapa kali biasanya berita dari @radarbekasi melewati beranda?

Bisa sampai 3 atau 4 kali kak.

5. Bagaimana menurut Anda penyajian berita yang dilakukan oleh @radarbekasi?

Untuk penyajian beritanya sudah sangat jelas sekali ya, baik dari videonya terus juga ada *subtitle*-nya juga jadi bisa lebih tau kronologis beritanya dan peristiwanya tuh seperti apa, gitu.

6. Bagaimana menurut Anda kualitas video pemberitaan yang dipublikasikan oleh @radarbekasi?

Untuk penyajian videonya sih kurang lebih sudah cukup baik sih kak, walaupun ada yang dari sumber pertama gitu, tapi tetap jelas dan masih bisa dimengerti lah beritanya.

7. Bagaimana menurut Anda penggunaan teks atau caption yang digunakan @radarbekasi?

Kalau caption dan penggunaan teks sih, sudah cukup baik, cuma untuk teks di videonya mungkin agak lebih dinaikkan ke atas, biar nggak ketutup sama caption jadi masih bisa terbaca gitu.

8. Bagaimana menurut Anda penggunaan audio yang digunakan @radarbekasi? Untuk audionya sih baik juga, ada backsound dari TikToknya pun tidak terlalu mengganu ya, karena sound asli dari berita atau peristiwanya tuh lebih jelas lah volumenya dibandingkan di soundnya.

9. Menurut Anda apa yang menjadi nilai plus @radarbekasi dalam memublikasikan sebuah berita?

Kalau dari Radar Bekasi itu mungkin lebih uptodate ya, karena dari diri saya sendiri tuh kaya ada berita-berita yang terjadi disekeliling saya itu saya ga tau, dan pas buka di TikToknya Radar Bekasi itu ternyata oh ada berita ini gitu, jadi sangat uptodate sih di Radar Bekasi

10. Menurut Anda, apa yang harus diperbaiki dan ditingkatkan dalam pemberitaan yang dipublikasikan oleh @radarbekasi?

Kalau untuk yang diperbaiki keseluruhan sudah bagus ya kak, cuman yang tadi sih kak paling yang teks dan caption itu, yang teks dari videonya tertutup sama caption, itu sih dari saya

11. Apakah Anda merasa puas dan mendapatkan informasi yang Anda cari ketika melihat konten pemberitaan @radarbekasi?

Kalau menurut saya pribadi, itu videonya cukup lengkap ya, malah bisa dibilang sangat lengkap, soalnya ada beberapa berita yang mungkin saya ga temui di Instagram, YouTube atau Televisi tapi ternyata ada nih di akun TikToknya Radar Bekasi tuh ada peristiwa kaya gitu, padahal sebelumnya saya ga tau kalau ternyata ada berita.

12. Apakah informasi atau pengetahuan Anda bertambah setelah melihat konten pemberitaan @radarbekasi?

Sangat sangat bertambah kak, pertama untuk beritanya ya kak

13. Kalau pandangan kaka sebagai penonton nih biasanya lebih suka jenis berita yang seperti apa kak?

Lebih yang ke kejadian-kejadian sekitar kita, berita terbaru tentang kejadian sekitar entah informasi tentang adanya kecelakaan atau adanya peristiwa kemacetan lalu lintas gitu yang lebih ke sehari-hari.

14. Dari jenis berita yang ada seperti hard news, konten receh dan entertain, lebih suka yang mana?

Lebih suka yang news, karena lebih menginformasikan.



## **PERTANYAAN KHUSUS UNTUK TIM *FOLLOWERS* RADAR BEKASI?**

Biodata:

Nama : Alisha Bintang

Usia : 19

Jabatan : Mahasiswa Ilmu Komunikasi Universitas Gadjah Mada

Pertanyaan:

1. Apakah Anda mengetahui akun @radarbekasi?

Ya, aku tau kebetulan sering lewat di FYP aku juga, jadi sering liat konten2nya dan beberapa hari lalu juga aku baru follow akun mereka sih gitu.

2. Apakah Anda mengikuti akun @radarbekasi? Kenapa memutuskan untuk mengikuti akun tersebut?

Ya sudah, follownya kayaknya belum sampai sebulan, baru di minggu ini atau beberapa hari yang lalu gitu, jadi masih baru banget sih memang untuk ngefollownya.

3. Apakah Anda mencari informasi atau berita mengenai sebuah peristiwa pada akun @radarbekasi?

Atau hanya melihat yang melewati FYP? Karena dia sering banget ya untuk lewat di fyp aku, dan seringnya tuh ketika ada suatu peristiwa yang viral itu pasti ada nih berita dari radar bekasi muncul di fyp aku. Jadi salah satu alasan kenapa aku follow juga gara2 karena aku pengen tau sih berita berita yang lagi viralnya tuh apa, jadi kurang lebih itu sih pengen tau apa yang lagi rame.

4. Berapa kali biasanya berita dari @radarbekasi melewati beranda?

Seringnya itu sih ketika ada berita yang viral yang lagi Hits banget itu pasti muncul dia gitu, jadi kalau misalkan dibilang mungkin rentang waktunya seminggu berapa kali aku mungkin gak bisa bilang gitu, tapi kayaknya sih tiap bulan ada gitu, jadi pastinya sih tiap bulan aku ngeliat gitu kalau ada berita yang viral.

5. Bagaimana menurut Anda penyajian berita yang dilakukan oleh @radarbekasi?

Kalau aku ngeliat dari akunnya mereka itu kan seringnya banyaknya video2 amatir ya, kaya misalkan kalau ada berita kecelakaan itu bener bener dari warga di sana yang ngerekam pake HP seadanya. Terus mereka bikin penampilannya pake frame video, terus mereka nambahin tulisan apa dan captionnya juga menjelaskan peristiwanya gitu, yang aku liat sih kesannya jadi bener2 menggambarkan kejadian yg sebenarnya gitu, kejadian di TKP yang sebenarnya, tapi mereka tetap kemas itu secara rapi secara menarik jadi kita ngeliatnya, nggak ngeliat oh video amatir doang nih beritanya, tapi memang oh ada penjelasan keterangan kejadiannya, terus ini maksud dari kejadiannya apa, di situ dijelasin lengkap, jadi sebenarnya enak sih ngeliatnya, kita bisa tahu apa kejadiannya begitu, kita bisa tau beritanya, tapi kita juga bisa liat bisa tau secara langsung gitu, dari video-videonya kita jadi tau kejadian langsungnya tuh seperti apa gitu.

6. Bagaimana menurut Anda kualitas video pemberitaan yang dipublikasikan oleh @radarbekasi?

Sebenarnya karena amatir, kita nggak bisa ngatur juga gitu kan karena memang warga warga atau orang-orang yang ada di TKP yang ngerekam, jadi kalau misalkan video dibidang kalau kualitasnya memang masih rendah gitu ya, dibandingkan video2 yang memang di dusun gitu ya, yang memang direkam sedemikian rupa gitu kan, menurutku kualitas video yang rendah ini tuh terbantu dengan captionnya mereka dan juga tulisan yang ada di videonya itu gitu, jadi kalau aku bilang kualitas video masih rendah sih, tapi terbantu nih dengan si tulisan2 itu.

7. Bagaimana menurut Anda penggunaan teks atau caption yang digunakan @radarbekasi?

Kalau dari aku sendiri sih ngeliatnya captionnya tuh ya terutama, kayanya mereka tuh paham nih masyarakat tuh kurang suka baca yang panjang2, jadi aku liat tih captionnya padet ga terlalu panjang tapi ga terlalu pendek juga, tapi isinya langsung menjelaskan semuanya, kalau aku pribadi sih langsung nangkep gitu, misal video apaan nih, terus langsung ada kronologinya itu kejadiannya apa, kejadiannya dimana semua itu bener2 lengkap gitu, tapi mereka kelasnya ga kepanjangan, jadi sebenarnya enak sih untuk ngebacanya jadi paham gitu. Apalagi

teksnya menurutku ngebantu banget sih ngemahamin oh ini apa sih sebenarnya yg terjadi gitu.

8. Bagaimana menurut Anda penggunaan audio yang digunakan @radarbekasi? Kalau aku amati beberapa video ya, radar bekasi itu pake ada soundtrack nya sendiri gitu jadi kalau kita nonton di TV kan suka ada suara berita yang musing2 serius gitu, nah si radar bekasi ini pake ini gitu aku liat jadi ada original sound dari akun mereka sendiri. Itu sebenarnya menarik sih. Kadang kalau misalkan ngescroll TikTok kan kaya video video random gitu, terus tiba tiba ada berita, dengan adanya suara ini nih, bikin penontonnya kaya oh iya ini berita, ini serius gitu. Jadi bikin aku kalau misalkan ngescroll do fyp terus ngeliat itu tu kaya oh iya ya ini berita, jadi aku baca gitu. Itu sih.

9. Lebih tertariknya konten yang seperti apa?

Kalau dari aku sendiri sebenarnya, salah satu alasan aku follow itu kan pengen tau berita gitu ya jadi ya lebih suka do newsnya sih, karena emang tujuan ku ngefollow ya itu untuk tau berita. Kalau misalkan entertainment nya aku kurang menemukan sih jadi yg aku liat selama ini yg newsnya aja, aku lebih suka yg newsnya.

10. Menurut Anda apa yang menjadi nilai plus @radar\_bekasi dalam memublikasikan sebuah berita?

Yang poin plusnya itu menurutku itu tadi sih gimana mereka nyatuin elemen video sama tulisannya itu tu bener bener jadi saling melengkapi gitu yang tadi ku bilang videonya bener2 bisa ngegambarkan kejadian sebenarnya tapi mereka jadi bikin audience paham, oh ini kejadiannya seperti ini, tulisannya sih menurutku yang captionnya itu bagus gitu, jadi padat singkat jelas gitu ya, bener2 semuanya ada gitu dan audience juga paham. Gimana caranya mereka ngegabungin tulisan sama video. Terus kalau yang ngebedain radar bekasi sama yang lain aku juga lihat beberapa portal berita yang pakai TikTok gitu tapi portal berita lain nih suka memanfaatkan viral gitu, suka memanfaatkan rasa penasaran orang gitu, jadi kadang entah informasinya kurang ditulis secara benar, setengah2 gitu, kadang ada yang suka kaya gitu atau asal viral aja gitu, tapi mereka nggak menjelaskan sebenarnya kejadiannya apa gitu, kalau misalkan di radar bekasi tuh bener2 oh ya

ini ada kejadian ini gitu, setidaknya mungkin ga selengkap yang diberitain di tempat lain tapi setidaknya tau gitu oh ini kejadiannya apa gitu sih.

11. Menurut Anda, apa yang harus diperbaiki dan ditingkatkan dalam pemberitaan yang dipublikasikan oleh @radarbekasi?

Sebenarnya pertama masih aga monoton sih menurutku, kalau misalkan di liat di akunnya tuh latar semua videonya kurang lebih sama ya mereka pake biru gitu, terus juga sound yang mereka pakai juga kurang lebih sama gitu, terus sama mungkin ada yang bisa ditingkatkan kaya interaksi sama audiencenya sih mungkin, kan tadi captionnya udah bagus sih menjelaskan kejadiannya gitu, tapi kalau misalkan ditambah kaya bagaimana nih tanggapannya, jadi lebih asik gitu, orang bisa ngebuka kolom diskusi juga kan buat followersnya, karena sebenarnya aku liat *follower*-nya aktif banget nih komen, bisa nih dimanfaatin buat berinteraksi mungkin.

12. Apakah Anda merasa puas dan mendapatkan informasi yang Anda cari ketika melihat konten pemberitaan @radarbekasi?

Kalau misalkan aku, kalau dibilang puas malah justru radar bekasi tuh kaya pertamanya aku nemu berita gitu, jadi kaya pertamanya aku nemu di radar bekasi, baru aku cari di tempat lain gitu, karena kan munculnya di fyp juga kaya apa nih berita ini gitu, terus oh jadi aku tau tentang kejadian ini baru aku cari lagi ditempat lain. Karena menurutku radar bekasi masih kurang kalau untuk di TikTok nya aja gitu, masih kurang bisa menggambarkan secara runtut dan lengkap gitu, tapi emang ngasih garis besarnya aja sih menurutku gitu.

13. Untuk konten yang kakak liat itu, bisa kakak temukan link menuju website nya nggak?

Nah itu juga iya sih yang kayaknya bisa ditingkatkan tadi link websitenya belum ada sih, jadi aku belum bisa menemukannya, tapi link ya ada di bio mereka tapi pas di videonya ga ada gitu, kayaknya akan lebih baik kalau ada di videonya. Sama satu lagi kekurangannya aku aga bingung sih mereka ada TikTok shopnya, jadi tempat sponsor atau gimana ya gitu, tapi mereka tiba tiba jualan gitu di sini jadi aku kaya lho kok, harusnya ini kan portal berita ya, kenapa mereka jualan di



situ. Tapi aku liat produknya kayanya ga semuanya ini sih, ga semuanya hasil umkm masih ada produk produk import juga.

14. Apakah informasi atau pengetahuan Anda bertambah setelah melihat konten pemberitaan @radarbekasi?

Iya justru bertambah dalam artian aku jadi tau nih, ada berita ini nih gitu. Yang tadinya aku ngga tau apa apa gitu ya, belum tau apa yg lagi rame terus dia lewat di fyp terus kaya oh oke kaya gini gini, ada peristiwa ini gitu, jadi aku lebih tau.

15. Apabila ternyata ditemukan hoax, jadi membuat kita kurang percaya dari media ini ditemukan berita hoax, kalau dari Kak Alisha sendiri tanggapannya gimana kak? Apakah akan tetap percaya dan follow?

Kalau misalkan ternyata beritanya itu hoax tapi radar Bekasinya ngasih semacam klarifikasi gitu ya, oh ini ternyata beritanya hoax gitu ya, ditemukan fakta yg sebenarnya kalau ini hoax gitu dan mereka meminta maaf mungkin atas kesalahannya atau di take down gitu atau dikasih keterangan di videonya, ini hoax, itu ga masalah sih buat ku, karena beberapa portal berita sempet kejadiannya kaya gitu jadi cukup wajar sih, karena perkembangan fakta kan beda beda gitu jadi ada yang langsung katakan hoax atau ada yg perlu penyelidikan lebih lanjut gitu. Itu gapapa kalau mereka klarifikasi tapi kalau misalkan ternyata banyak berita yg hoax terus mereka nggak ada klarifikasi apapun ya aku akan *unfollow* sih, jadinya kan itu membodohi masyarakat atau ngasih informasi yang salah gitu.

## Lampiran 6 Kategorisasi dan Koding Data

Screenshot of a Google Spreadsheet titled "Untitled spreadsheet" showing a table with 3 columns (A, B, C) and 2 rows (7, 8). The content discusses journalistic ethics and social media practices.

	A	B	C
7	Bagaimana penerapan etika jurnalistik dan unsurjurnalistik yang diterapkan oleh @radar_bekasi	Kalau mau memberitakan itu ya kode etik, kalau misalnya dalam konten video kan, misalnya itu bukan footage milik dia, apakah sudah seizin si pemilik footage untuk itu digunakan atau tidak, kalau tidak itu melanggar etik, melanggar hak digital gambar juga misalnya. Jadi kalau misalkan dia tidak menggunakan izin itu melanggar etik juga, dan kalau tidak verifikasi itu melanggar etik juga, jadi ya kalau misalnya hanya netizen yang diangkat, video yang kemudian tidak dikonfirmasi oleh jurnalisnya itu melanggar etik juga, karena fungsi dari jurnalisnya kan seharusnya dia memverifikasi temuan-temuannya gitu. Jadi, kalau misalkan dia tidak memverifikasi apa bedanya dengan karya citizen journalism dan konten creator lainnya, yang membedakan dengan konten jurnalistik kan sebenarnya ada di verifikasi (1)	Kita misalkan hari ini ngambil pembahasannya itu yang video viral ya, kita itu nggak langsung ini viral terus kita langsung upload gitu, jadi kita nyari dulu keabsahan atau kebenaran berita-berita ini viral terus kita langsung upload gitu, jadi kita nyari dulu keabsahan atau kebenaran berita-berita tersebut. Misalkan kita nyari referensi nih di grup-grup kita Jawa pos ya, atau di teman-teman yang lain. "Ini video ini gimana?" Nah, takutnya kan ga sesuai sama kode etik dan menyebarkan hoax, jadi misalkan oh ini video ini ternyata gini, ini video khusus news ya sama entertain gitu, beda dengan berita-berita reboh gitu istilahnya kita cuma ngasih caption "ini lagi ngapa-in" udah langsung di-upload yaudah rame. Tapi kalau untuk news kita harus betul-betul mencari fakta dan kebenarannya seperti memastikan kembali benar atau tidaknya video tersebut dan kapan kejadiannya segala macam jadi lebih ke hati-hati juga, kalau video entertain sama news gitu karena takut hoax kan dan takut salah gitu. (2)
8	Bagaimana pedoman yang harus diterapkan oleh jurnalis dalam membuat sebuah video pemberitaan?	Jadi, pada prinsipnya sebenarnya, ketika menggunakan baik ke tujuh itu, menggunakan Tik Tok atau apapun itu harus semuanya harus mengacu pada standar kode etik jurnalistik ada 11 pasal, sudah jelas, semuanya mengacu ke situ. Termasuk dalam halnya memperlakukan anak-anak dalam konten berita itu. Karena kode etik juga mengatur bagaimana perlakuan terhadap anak-anak, apalagi anak-anak yang terlibat kasus kejahatan misalnya. Yang termasuk dalam kasus kejahatan, acuannya semua sama, ada di kode etik ya, karena kan kita ada aturan yang detail misalnya aturan terkait pemberitaan bunuh diri tidak boleh menampilkan adegan bunuh dirinya, itu semua sudah ada di Dewan Pers, selama mengikuti dengan aturan-aturan itu seharusnya mau bagaimanapun bentuk videonya di Tik Tok itu nggak masalah, jadi mau di Tik Tok atau di manapun kalau dia tidak sesuai kode etik itu bisa digunakan hak jawab atau dilaporkan ke dewan pers: begitu. (1)	Kalau untuk pemilihan berita apalagi terutama kita sih lebih ke Bekasi gitu. Kalau berita tersebut berasal dari Bekasi ya kita upload, nah yang namanya video di daerah Bekasi pasti kita upload berbeda dengan berita yang di luar Bekasi atau berita nasional itu kita lihat dulu, melanggar hak komunitas ga nih atau melanggar aturan dari media sosialnya enggak nih, itu kita pilih juga kalau melanggar. Dari pada beresiko yaudah kita nggak upload, ada juga kalau misalkan kejadian yang eksistim seperti ketelanjangan terhadap anak-anak kita nggak upload atau blur full, jadi lebih hati-hati terhadap isi konten sih. Kalau misalkan di Tik Tok lebih selektif untuk mengupload video, seperti bunuh diri, senjata tajam lalu misalkan ada kaya pisau gitu itu lebih menyingkirkan yaudah jangan diambil resiko gitu. Jadi bahaya itu juga bukan hanya berita itu hoax tapi video tersebut bahaya untuk kesehatan akun kita juga. Kalau video berahaya, takutnya nanti akumya ke banned resiko. (2)

Second screenshot of the Google Spreadsheet showing rows 5 and 6 of the table.

	A	B	C	D
5	Bagaimana standarisasi jurnalisisme yang diterapkan Radar Bekasi dalam memublikasikan berita di Tik Tok?		Biasanya dari CCTV banyak tuh kan yang ngasih, mas ini pencurian di rumah saya motor saya hilang, tolong di ehare, nah kita nggak langsung di posting biasanya jadi ada syarat-syaratnya dulu yang pertama siapa yang menginformasi? Harus berdasarkan nama lengkap, nah yang keduanya ini hukumnya wajib harus ada laporan dari kepolisian gitu, misalkan dia mau dinaikin nih berotat yang mengenai penganiayaan itu, kita nggak mau naikin tanpa ada laporan bukti bahwa si penagih hutang ini yang jadi korban gitu. Jadi harus ada konfirmasi dari pihak yang berwenang, karena kontesnya kan itu sudah kriminal ya mbak, seperti pencurian atau penganiayaan itu. Kita nggak mau langsung di posting gitu, kita syaratnya harus ada laporan dari kepolisian gitu. Nah Alhamdulillah kalau ada yang ngirim gitu biasanya dia udah paham. Nah itupun kalau mudah dihubungi, kalau misalkan sulit dihubungi sampai 2/3 jam kita hubungin ga ada jawaban biasanya kita dari media-media lain gitu, kita melansir dan segala macam gitu dan itu juga media yang betul-betul verifikasi lah istilahnya gitu, kan sekarang banyak yang yang mengatasnamakan media dan blog segala macam, nah kita itu nggak terlalu fokus ke situ, tapi ke media yang lebih nasional aja yang sudah terverifikasi. Seperti Jawa Pos, JPNN, Detik dan dari Pikiran Rakyat juga bisa (1)	
6	Bagaimana alur pembuatan berita di Tik Tok oleh Radar Bekasi		Alurnya ya yang pertama kita buka google atau Instagram, terus kita biasanya ada beberapa akun-akun Instagram atau akun-akun media juga, kita cari nih misalkan kejadiannya baru satu jam yang lalu berita A yaudah kita download dan di edit di handphone menggunakan Kine Master kalau di PC menggunakan Adobe Premiere, dipotong-potong dulu, mana yang sekiranya bagus videonya atau mau langsung. Dari situ kita bikin judul lalu kita masukkan caption-caption di video gitu. Dirender lalu kita coba upload di Tik Tok, YouTube lalu ada Facebook, Instagram, jadi kita ada 4 platform yang diupload, lalu ada Snack Video, Hello dan lain-lain sekitar 8 akun lah 1 videonya, itu kita share di 8 akun. Nah mungkin kalau misalkan proses A - Z di 8 akun itu, kita membutuhkan waktu sekitar 1-1.30 jam, dari pencarian sampai proses upload selesai, kadangkala dari upload itu kita cek lagi (1)	

Untitled spreadsheet - Google S

docs.google.com/spreadsheets/d/1oMxZzHw-SQtdTY4mi5x2lpfDA\_gEIs2nwOgJypQ/edit?gid=0

Facebook Gmail e-Rapor SD - Direk...

File Edit Tampilan Sisipkan Format Data Alat Ekstensi Bantuan Terakhir diedit beberapa detik lalu

100% Rp % 0,00 123- Default (Ari... 10 B I T A

C3 Yang pertama kita memanfaatkannya sebagai promosi, promosi itu kaya pengiklanan, misalkan ada yang iklan dan lebih ke endorse gitu. Yang kedua branding untuk menaikkan nama radar

<p>3</p> <p>Bagaimana pemanfaatan aplikasi Tik Tok yang digunakan oleh @radar_bekasi</p>	<p>Nah, soal akun media Radar Bekasi, yang digunakan untuk jualan. Sebenarnya jurnalis itu punya garis api, tapi kan kita tahu perusahaan media di satu sisi, dia adalah sebuah insudri, garis api itu yang kemudian memisahkan antara redaksi dengan kepentingan bisnis si milik mediana, nah pemisahannya sebenarnya di Redaksi adalah garis api tadi, jadi pastikan kalau memang dia tujuannya iklan di konten itu, dia seharusnya dia memasang bahwa ini adveitorial di-declare, kenapa declare seperti itu penting karena agar orang-orang tidak menjadi dan menimbulkan miss informasi di konten itu, jadi orang mengerti bahwa "oh ini iklan" jadi bukan hanya iklan seharusnya, kalau pun dia jualan itu okay sebenarnya, secara industrikan sebenarnya dia jualan produk jurnalistiknya pun di jual kan, ya namanya industri karya jurnalistiknya itu yang dijual, kalau dia jual produk lain nah itu lain lagi permasalahannya, nah jika pada kasus ini mereka jual kebutuhan pribadi itu juga harusnya dideklarasikan bahwa perusahaan ini, bahwa ini adalah iklan. Nah itu yang kemudian yang perlu dilat lebih jauh, apakah itu dideklarasikan bahwa itu adveitorial atau engga, disitu yang harus dibedakan karena kalau dia tidak mendeklarasikan bahwa bertanya itu adveitorial kemudian itu ternyata adveitorial ya itu yang kemudian melanggar etik, di sisi lain kalau memang dia jualan dan itu produk industrinya dia sendiri, kan saya bilang tadi media ini tidak bisa dipisahkan dari sisi industrinya kan, memang dia industri yang bergerak dibidang jasa yang koor bisnisnya itu kepercayaan. Sebenarnya akan ada efek sampingnya juga ke mereka nanti kalau mereka mengubah secara industri ya, mengubah koor bisnisnya dari jasa berita jadi jasa marketplace itu akan ngefek ke industrinya mereka, yang bisa dinilai secara jurnalistiknya apakah itu dideklarasikan sebagai adveitorial atau engga itu aja sih sebenarnya</p>	<p>Yang pertama kita memanfaatkannya sebagai promosi, promosi itu kaya pengiklanan, misalkan ada yang iklan dan lebih ke endorse gitu. Yang kedua branding untuk menaikkan nama radar bekas. Yang ketiga kita memanfaatkan fasilitas back link untuk baca berita di website, yang keempat lebih memberikan informasi, tapi yang paling pas sih untuk memberikan fasilitas agar bisa terhubung dengan link di website kita gitu. Agar dari video yang singkat itu bisa nyambung ke website kita untuk baca berita lengkapnya, dan yang paling sederhana sih untuk menghasilkan rupiah gitu. (1)</p>	
<p>Bagaimana tahapan tim konten sosial media dalam proses</p>	<p>Engga, semuanya sama, itu kan konten video membuat video, jadi membuat video sama aja smeanunya ga ada bedanya membuat video jurnalistik yang lain. Yang</p>	<p>Kalau untuk saat ini, di Tik Tok berbeda ya dengan di TV. Kita sudah pernah mencoba</p>	<p>Kalau menurut saya pribadi, itu videonya cukup lengkap ya, malah bisa diblana</p>

Sheet1

Type here to search

32°C Sebagian cerah 5:25 PM 8/15/2022

Untitled spreadsheet - Google S

docs.google.com/spreadsheets/d/1oMxZzHw-SQtdTY4mi5x2lpfDA\_gEIs2nwOgJypQ/edit?gid=0

Facebook Gmail e-Rapor SD - Direk...

File Edit Tampilan Sisipkan Format Data Alat Ekstensi Bantuan Terakhir diedit beberapa detik lalu

100% Rp % 0,00 123- Default (Ari... 10 B I T A

C1 Key Informan 2

Pertanyaan	Key Informan 1	Key Informan 2	Informan 1	Informan 2
<p>1</p> <p>Kenapa memilih aplikasi Tik Tok?</p>		<p>Jadi kesempatan di Instagram dan YouTube itu ega sedikit minim ketimbang di Tik Tok. Akhirnya kita masuk ke Tik Tok, dan ke sini-sini Tik Tok bagus nih, karena kan kita juga melihat target pasar, pas kita cobapikasi Tik Tok juga kok ini nyaman gitu, dan cepet prosesnya, kelimbang kalau misalkan kita liat YouTube, yang video panjang gitu dan ga dikasih kesempatan untuk ada di timeline gitu ya yang paling kagetnya itu kita cuma dalam kurun waktu 2 bulan, followers kita itu udah jutaan dan udah centang biru. Makanya di situ ya udah kita fokusin di Tik Tok. (1)</p>		
<p>2</p> <p>Bagaimana pemanfaatan aplikasi Tik Tok yang digunakan oleh @radar_bekasi</p>	<p>Nah, soal akun media Radar Bekasi, yang digunakan untuk jualan. Sebenarnya jurnalis itu punya garis api, tapi kan kita tahu perusahaan media di satu sisi, dia adalah sebuah insudri, garis api itu yang kemudian memisahkan antara redaksi dengan kepentingan bisnis si milik mediana, nah pemisahannya sebenarnya di Redaksi adalah garis api tadi, jadi pastikan kalau memang dia tujuannya</p>	<p>Jadi kesempatan di Instagram dan YouTube itu ega sedikit minim ketimbang di Tik Tok. Akhirnya kita masuk ke Tik Tok, dan ke sini-sini Tik Tok bagus nih, karena kan kita juga melihat target pasar, pas kita cobapikasi Tik Tok juga kok ini nyaman gitu, dan cepet prosesnya, kelimbang kalau misalkan kita liat YouTube, yang video panjang gitu dan ga dikasih kesempatan untuk ada di timeline gitu ya yang paling kagetnya itu kita cuma dalam kurun waktu 2 bulan, followers kita itu udah jutaan dan udah centang biru. Makanya di situ ya udah kita fokusin di Tik Tok. (1)</p>	<p>Yang pertama kita memanfaatkannya sebagai promosi, promosi itu kaya pengiklanan, misalkan ada yang iklan dan lebih ke endorse gitu. Yang kedua branding untuk menaikkan nama radar bekas. Yang ketiga kita memanfaatkan fasilitas back link untuk baca berita di website, yang keempat lebih memberikan informasi, tapi yang paling pas sih untuk memberikan fasilitas agar bisa terhubung dengan link di website kita gitu. (1)</p>	

Sheet1

Type here to search

32°C Sebagian cerah 5:25 PM 8/15/2022

Untitled spreadsheet - Google S

docs.google.com/spreadsheets/d/1oMxZzHw-SQtdTY4mi5x2lpfDA\_gEIs2nwOgJypQ/edit?gid=0

Facebook Gmail e-Rapor SD - Direk...

File Edit Tampilan Sisipkan Format Data Alat Ekstensi Bantuan Terakhir diedit beberapa detik lalu

100% Rp % 0,00 123- Default (Ari... 10 B I T A

E4 Kalau aku ngeliat dari akunnya mereka itu kan seringnya banyaknya video2 amatir ya, kaya misalkan kalau ada berita kecelakaan itu bener bener dari warga di sana yang ngerkam pake HP

<p>4</p> <p>Bagaimana tahapan tim konten sosial media dalam proses pembuatan video pemberitaan?</p>	<p>Engga, semuanya sama, itu kan konten video membuat video, jadi membuat video sama aja smeanunya ga ada bedanya membuat video jurnalistik yang lain. Yang berbeda cuma di efeknya. (2)</p>	<p>Kalau untuk saat ini, di Tik Tok berbeda ya dengan di TV. Kita sudah pernah mencoba bahkan teman-teman radar grup sendiri dengan orang ditampilkan orangnya, itu agak sedikit menurut engagemennya, jadi warga Tik Tok ini gamau yang berle-lele, lebih suka yang to the point gitu. Jadi kemungkinan besar Radar Bekasi kalau untuk Tik Tok ya, kita tidak menggunakan news anchor tetapi kita menggunakan VO yang sudah pasti akan kita jalkan. Jadi hanya VO aja, ga menampilkan news anchornya. (1)</p>	<p>Kalau menurut saya pribadi, itu videonya cukup lengkap ya, malah bisa diblana sangat lengkap, soalnya ada beberapa berita yang mungkin saya ga temui di Instagram, YouTube atau televisi tapi ternyata ada nih di akun Tik Toknya Radar Bekasi tuh ada peristiwa kaya gitu, padahal sebelumnya saya ga tau kalau ternyata ada berita. (3)</p>	<p>Kalau aku ngeliat dari akunnya mereka itu kan seringnya banyaknya video2 amatir ya, kaya misalkan kalau ada berita kecelakaan itu bener bener dari warga di sana yang ngerkam pake HP seadanya. Terus mereka bikin penampilannya pake frame video, terus mereka nambahin tulisan apa dan captionnya juga menjelaskan peristiwanya gitu, yang aku liat sih kesannya jadi bener2 menggambarkan kejadian yg sebenarnya gitu, kejadian di TKP yang sebenarnya, tapi mereka tetap kemas itu secara rapi secara menarik jadi kita ngeliatnya, nggak ngeliat oh video amatir doang nih beritanya tapi memang oh ada penjelasan keterangan kejadiannya, terus ini maksud dari kejadiannya apa, di situ dijelaskan lengkap, jadi sebenarnya enak sih ngeliatnya, kita bisa tau apa kejadiannya begituu, kita bisa tau beritanya, tapi kita juga bisa liat bisa tau secara langsung gitu, dari video-videoanya kita jadi tau kejadian langsungnya tuh seperti apa gitu (4)</p>
<p>Bagaimana standarisasi</p>		<p>Biasanya dari CCTV banyak tuh kan yang</p>		

Sheet1

Type here to search

32°C Sebagian cerah 5:26 PM 8/15/2022



## Lampiran 7 Dokumentasi Penelitian











Zoom Meeting

Recording

Alfian Purwanto

Anandini Dwi Putri

AJI Jakarta

ALIANSI JURNALIS INDEPENDEN

WPS Office

DRAFT WAWAN... DEWAN PERS

Insert Page Layout, References Review View Sectio

Times New Roman 12

Pertanyaan:

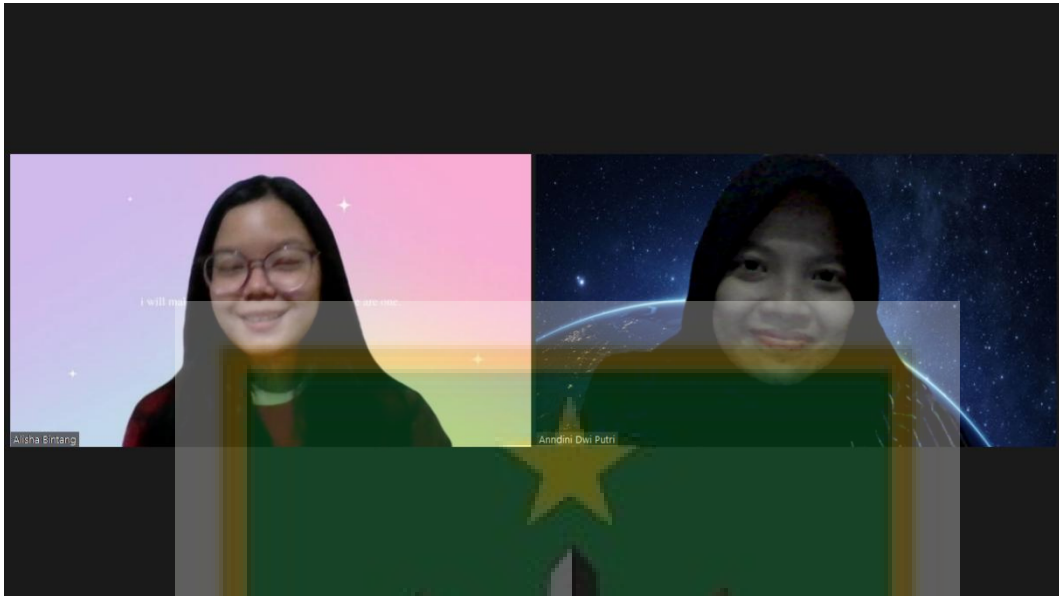
1. Bagaimana pandangan Anda mengenai video pemberitaan di TikTok?
2. Bagaimana tanggapan Anda mengenai media-media yang memublikasikan berita di TikTok yang berasal dari keinginan masyarakat (citizen journalism) atau video amatir yang diambil oleh masyarakat?
3. Bagaimana tanggapan Anda mengenai media-media yang memublikasikan berita berasal sumber berita yang kurang jelas dan kurang kredibel?
4. Apa saja tahapan-tahapan yang harus dilakukan media dalam memproduksi sebuah berita yang akan dipublikasikan di TikTok?
5. Bagaimana seharusnya penerapan unsur-unsur jurnalistik seperti 5W+1H dalam pemberitaan di TikTok?
6. Apakah ada standar khusus yang diterapkan oleh media dalam proses produksi video pemberitaan di TikTok?
7. Bagaimana standar atau aturan khusus tersebut?
8. Bagaimana aturan yang diterapkan media dalam penggunaan bahasa jurnalistik dalam memublikasikan video pemberitaan di TikTok?
9. Bagaimana nilai atau norma yang seharusnya dijadikan pedoman oleh media dalam menjalankan kegiatan jurnalistik yang merambah di dunia TikTok?
10. Menurut Anda dalam memublikasikan video pemberitaan di TikTok, idealnya harus seperti apa?
11. Bagaimana etika jurnalistik yang harus diterapkan oleh reporter atau dalam hal ini adalah tim konten sosial media dalam memublikasikan berita di TikTok?
12. Bagaimana seharusnya proses pemilihan berita atau konten yang harus diterapkan oleh media di TikTok?
13. Bagaimana standar atau aturan dalam pemilihan berita tersebut?
14. Bagaimana seharusnya penerapan kaidah jurnalistik yang dilakukan oleh media dalam memublikasikan berita di TikTok?

Page Num: 1 Page: 1/2

8:13 PM 8/8/2022







## Lampiran 7 Riwayat Hidup

### RIWAYAT HIDUP



Anndini Dwi Putri adalah mahasiswa Universitas Nasional yang telah menyelesaikan penulisan skripsi ini.

Penulis lahir di Bogor, Jawa Barat, pada 23 Maret 2001. Penulis telah menempuh pendidikan dimulai dari TK Ar-Rahman (*lulus tahun 2006*), melanjutkan ke

sekolah dasar di SD Negeri Dukuh 01 (*lulus tahun 2012*), melanjutkan ke sekolah menengah pertama di SMP Negeri 2 Cibungbulang (*lulus tahun 2015*), kemudian ke tingkat sekolah menengah atas di SMA Negeri 1 Leuwiliang (*lulus tahun 2018*) hingga akhirnya memilih Universitas Nasional untuk menempuh pendidikan Strata 1 di Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik dengan program studi Ilmu Komunikasi.

Semasa kuliah, penulis aktif diberbagai kegiatan organisasi external, kegiatan kerelawanan, mengikuti perlombaan, dan mengikuti pelatihan pengembangan diri. Diantaranya penulis menjadi relawan untuk Upedia Indonesia sebagai moderator yang memandu berbagai acara dan diskusi yang diselenggarakan. Semasa kuliah selain aktif di bidang akademik, penulis juga

terus mengembangkan diri dan mengembangkan kemampuan di bidang public speaking.

Sebagai *Public Speaking Entusiast* juga berkat usaha dan kerja keras, penulis telah memiliki banyak jam terbang baik menjadi Master Ceremony, Moderator maupun pengisi acara diberbagai kampus, instansi pemerintah maupun lembaga swasta. Berkat ketekunannya, saat ini penulis berhasil mendapatkan posisi sebagai *Chief Project Officer* di BicaraPede Academy yang sudah membuat lebih dari 10 project atau event seperti, webinar, talkshow, live IG dan training.

Penulis juga aktif bidang di jurnalistik, selama kuliah penulis berhasil magang di berbagai Media dan Instansi seperti Baznas Bazis DKI Jakarta, MNC Portal, Itjen Kemendikbudristek, LiniMuda dan berbagai platform lainnya sebagai reporter dan *content writer*. Berkat usaha, ketekunan dan memiliki motivasi yang kuat untuk tidak menyerah, penulis sudah berhasil menyelesaikan skripsi ini. Harapan terbaik semoga skripsi ini bisa bermanfaat bagi para pembaca. Dengan penuh rasa hormat, penulis mengucapkan rasa syukur atas terselesaikannya skripsi yang berjudul “Standarisasi Jurnalisme radar Bekasi dalam Memublikasikan Berita di TikTok”.

## Lampiran 7 Hasil Turnitin Skripsi

### tahap 1

ORIGINALITY REPORT			
SIMILARITY INDEX	INTERNET SOURCES	PUBLICATIONS	STUDENT PAPERS
<b>22%</b>	<b>22%</b>	<b>4%</b>	<b>%</b>
PRIMARY SOURCES			
<b>1</b>	<a href="http://kc.umn.ac.id">kc.umn.ac.id</a> Internet Source		<b>5%</b>
<b>2</b>	<a href="http://repository.upi-yai.ac.id">repository.upi-yai.ac.id</a> Internet Source		<b>2%</b>
<b>3</b>	<a href="http://journal.uny.ac.id">journal.uny.ac.id</a> Internet Source		<b>2%</b>
<b>4</b>	<a href="http://ppmn.or.id">ppmn.or.id</a> Internet Source		<b>1%</b>
<b>5</b>	<a href="http://eprints.uny.ac.id">eprints.uny.ac.id</a> Internet Source		<b>1%</b>
<b>6</b>	<a href="http://123dok.com">123dok.com</a> Internet Source		<b>1%</b>
<b>7</b>	<a href="http://etheses.uin-malang.ac.id">etheses.uin-malang.ac.id</a> Internet Source		<b>1%</b>
<b>8</b>	<a href="http://id.123dok.com">id.123dok.com</a> Internet Source		<b>1%</b>
<b>9</b>	<a href="http://repository.uinjkt.ac.id">repository.uinjkt.ac.id</a> Internet Source		<b>1%</b>