

BAB II
KAJIAN PUSTAKA

2.1 Peneliti Terdahulu

Pada tahapan ini penulis mencari berbagai penelitian terdahulu (Prior Research) yang masih ada kaitannya dengan dahulunya dari penelitian / disebut penelitian terdahulu ,yang mengacu pada proses dengan membandingkan antara penelitian terdahulu dengan penelitian penulis . Penulis merujuk kepada beberapa penelitian terdahulu ,agar menjadi refrensi pada saat penulisan penelitian ,berikut penelitian terdahulunya:

Tabel 2.1 penelitian terdahulu

Nama Peneliti	Judul Penelitian	Hasil Penelitian
Syahrina Mutmainnah, Jurnalistik, Universitas Islam Negeri Alauddin, Makassar, 2016.	Strategi Penyajian Berita pada Portal Fajar Online.com	Strategi penyajian berita dan strategi redaksi dalam menjaga akurasi berita terkait kecepatan dan penyajian berita pada portal FAJAR ONLINE.COM adalah dengan menggunakan angle atau isu yang berbeda dengan hariannya, menyingkat berita pada bagian terpenting, memanfaatkan sosial media, memberikan reward kepada berita yang populer, pengamat media bahwa Fajar Online.Com termasuk media online yang sangat sedikit peminatnya karena Fajar Online.Com tidak mengikuti pola media dengan baik.
Perbedaan: Penelitian yang dilakukan Syahrina Mutmainnah pada strategi penyajian berita adalah dengan menggunakan penyajian berita-berita yang update, aktual, cepat, dan tepercaya agar tetap eksis dan terus bertahan, sehingga wartawan media online dapat menjadi konsumen yang cerdas dalam menerima informasi yang disajikan oleh media online. Sedangkan strategi yang diteliti penulis dengan memperhatikan setiap informasi (v i d e o) agar berkualitas serta akurat, tepat waktu dan relevan untuk meningkatkan <i>viewers</i> di Youtube.		

Nama Peneliti	Judul Penelitian	Hasil Penelitian
<p>Aditya Prabowo, Fakultas Dakwah dan Ilmu Komunikasi Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau 2021</p>	<p>Manajemen Produksi Channel Youtube Febri Fegan Dalam Meningkatkan Kualitas Konten Gaming Di Media Youtube</p>	<p>Channel Youtube Febri fegan lebih banyak menyisipkan unsur humor atau komedi didalam konten yang dibuat sebab berdasar analisis kelemahan, konten yang flat dan garing menjadi salah satu weaknesses da-lam konten feбри fegan. Pada channel Youtube Febri Fegan teru-tama Febri Alhadi Tanjung selaku kreator utama mampu mengatasi peru-bahan mood dengan baik sebab dari analisis yang telah dilakukan, peru-bahan mood Febri Alhadi Tanjung berpengaruh terhadap kualitas konten ka-rena ia memegang ide utama pada setiap konten yang dibuat. Tim feбри fegan mampu meningkatkan kreatifitas dalam pembu-atan ide cerita, sebab stuck saat membangun sebuah ide cerita menjadi salah satu weaknesses yang akan sangat berpengaruh terhadap kualitas konten. Dimana konten yang dibuat tidak boleh memiliki cerita yang sama dengan konten yang sudah pernah dibuat agar jalan cerita tidak mudah ditebak.</p>
Nama Peneliti	Judul Penelitian	Hasil Penelitian
<p>Nursidah, Jurnalistik Islam, Fakultas Dakwah, Univeritas Islam Negeri Sulthan Thaha Saifuddin, 2021</p>	<p>Strategi Penggunaan Youtube Sebagai Sarana Menyebarluaskan Berita</p>	<p>Tim Kompas Tv Jambi seharusnya memiliki divisi khusus yang menangani penyebaran informasi di youTube, Hal tersebut agar lebih fokus pada job yang dikerjakan guna kelancaran dan efektifivitas sesuai tujuannya, sebagai media televisi yang mulai merambah di ranah digital. Melakukan publikasi lebih terhadap konten berita di ranah online agar dapat menjangar penonton youTube lebih banyak sehingga dapat menghasilkan income lebih. Menambah Fasilitas seperti mesin genset agar koneksi internet agar saat listrik padam koneksi internet tetap jalan lancar sehingga pengunggahan video tidak memakan waktu yang lama.</p>

		<p>Selain itu, fleksibilitas waktu pengerjaan dengan waktu release tayangan ke YouTube yang padat juga segera dapat ditangani, dengan realisasi kerjasama antar divisi melalui penambahan tenaga yang dibutuhkan juga.</p>
--	--	--

Perbedaan: Penelitian yang dilakukan Aditya Prabowo adalah media konten channel youtube personal febri fegan dengan melihat isi daripada isi dalam konten tersebut. Sedangkan penelitian yang diteliti penulis adalah Youtube milik Dinas Penerangan Angkatan Laut dimana Youtube tersebut adalah akun milik negara dan penulis akan meneliti dari segi manajemen informasi yang diberikan kepada masyarakat dalam upaya meningkatkan *viewers* di Youtube.

Perbedaan: Penelitian yang dilakukan Nursidah bertujuan untuk memberikan solusi tentang manajemen penyebaran informasi pada KompasTV Jambi agar lebih efisien. Sebenarnya hampir memiliki kesamaan akan tetapi penelitian yang dilakukan penulis bertujuan agar Dinas Penerangan Angkatan Laut dalam akun Youtubenya dapat meningkatkan *viewers* dengan adanya strategi manajemen informasi yang di terapkan oleh Dinas Penerangan Angkatan Laut.

Sumber: Hasil kajian penulis, 4 April 2022.

Peneliti terdahulu yang pertama oleh Syahrina Mutmainah mengenai strategi Produksi dalam meningkatkan dan mempertahankan Rating pada program “Fajar Portal Online” dengan banyak menggunakan strategi cara untuk meningkatkan audiens, dengan meningkatkan audiens membuat rating pada program tersebut juga berkembang naik. yang membedakan penelitian pratika dengan penelitian penulis adalah penelitiannya berfokus pada strategi program dalam upaya mempertahankan Rating dia di Stasiun televisi dan persamaannya yaitu sama- sama menggunakan metode pendekatan deskriptif.

Peneliti terdahulu yang kedua oleh Aditya Prabowo mengenai strategi produksi *channel* youtube Febri Fegan dalam meningkatkan kualitas dan *viewers* konten gaming di youtube, karena tidak semua khalayak apalagi

khususnya masyarakat daerah masyarakat meminati tentang game saat ini, dan bagaimana cara strategi mereka untuk membuat audiens menonton tayangan gaming tersebut. Yang membedakan penelitian Aditya dengan peneliti penulis adalah penelitiannya berfokus dengan strategi program gaming, dan bagaimana perannya dalam menyajikan informasi di publik, dan persamaannya dengan peneliti yang penulis buat adalah sama-sama membuat perencanaan dalam suatu program Produksi/proses dalam membuat suatu produksi hingga layak ditayangkan di khalayak.

Peneliti terdahulu yang ketiga oleh Nursidah sama dengan peneliti-peneliti sebelumnya yaitu tentang strategi produksi sebuah program produksi dari salah satu konten Youtube yang ingin meningkatkan sebuah program yang akan di tonton oleh khalayak. perbedaan penelitian dengan peneliti yang penulis buat adalah dia hanya membahas tentang strategi program tersebut dalam sebuah sosial media, tidak membahas tentang bagaimana perannya dalam meningkatkan Kalayak. Persamaannya dengan peneliti adalah sama-sama menggunakan kualitatif deskriptif.

2.2 Kerangka Teori dan Konsep

2.2.1 Pengertian Strategi

Dalam menjalankan sebuah strategi Produksi program televisi memiliki beberapa proses dalam menunjang keberhasilan suatu program. Dengan melakukan beberapa proses dalam tahapan strategi Produksi Program. Yang

akan penulis bahas dalam Strategi Produksi program ditinjau dari beberapa aspek Strategi Produksi:

1. Perencanaan Program (Pra Produksi):

Tahap perencanaan¹: Dalam tahapan perencanaan sebuah Pra Produksi siaran, dibutuhkan tahapan perencanaan yang berfungsi mencari/mendata Informasi yang masuk dari beberapa sumber media cetak. Mencari data atau sebuah Informasi berasal dari fakta peristiwa., realita yang ada disekitar lingkungan atau dari narasumber yang dapat dipercaya.¹²

Rapat Redaksi: Pada tahapan Rapat Redaksi dibutuhkan dalam sebuah proses pra produksi, untuk membicarakan/membahas informasi yang masuk sebagai bahan untuk liputan berita antara lain adalah :

- A. Membahas dan mendata seluruh informasi yang masuk kedalam sebuah ruangan produksi.
- B. Membicarakan sebuah nilai-nilai berita yang akan diliput dalam sebuah produksi.

Penugasan Tim Produksi: pada tahapan Penugasan Tim Produksi, yaitu menentukan Penugasan pembagian dalam tahap produksi yang dilakukan oleh kepala redaktur, yang akan melaksanakan tugas liputan lapangan, pembagian tugas mulai dari Produser, Script Writer, Reporter, News Anchor, Reporter serta juga Editor.

Dalam merencanakan dan melaksanakan suatu kegiatan program merupakan sebuah keputusan yang dilakukan bersama antara departemen program dan pemasaran. kemas dalam program dipandang sebagai bentuk

¹ Morisson, Manajemen Media Penyiaran, Jakarta : Prenada Media Grup, 2008, hal.274

² Andi Fachruddi, *Dasar-Dasar Produksi Televisi*, Jakarta: Prenada Media Grup, 2012, Hal. 64.

cara yang penting untuk berkomunikasi dengan sebuah khalayak dan cara untuk menarik perhatian dan memberikan informasi yang memberikan kesan informatif sebagai cara untuk menunjukkan citra dalam suatu program. Dan dalam mengelola strategi program, terdapat tujuan dalam program tersebut ditayangkan, diantaranya:

A. Prestise: stasiun televisi menayangkan program untuk mendapatkan pengakuan dari beberapa khayalak.

B. Mendapatkan khalayak/Audience sebanyak mungkin: dalam perencanaan program produksi, harus dibutuhkan khalayak guna mendukung keberhasilan dalam sebuah Produksi, Untuk meningkatkan rating sehingga program mendapatkan sebuah posisi yang layak.

C. Penghargaan : stasiun televisi menayangkan suatu program dengan tujuan yang utama untuk mendapatkan sebuah prestise atau pengakuan dari pihak lain, program juga membuat program terbaik guna mendapatkan sebuah penghargaan untuk program tersebut. dan guna meningkatkan statusnya.

2. Produksi program dan pembelian sebuah Program

Proses yang dilakukan pada saat kegiatan produksi, sebelum melakukan kegiatan produksi di lapangan adalah:

A. Memasang alat-alat produksi, Ketika liputan di lapangan, baik dari Camera, Clip On, Tripod dll.

B. Melaksanakan Shooting sesuai dengan ketentuan yang dilaksanakan.

C. Setelah melakukan Shooting, Tim Mengecek/ *Meriview* hasil dari

shooting yang telah berlangsung.

Dan juga pada tahap pembelian suatu program dapat dilakukan melalui berbagai bentuk kesepakatan, selain melalui tender. staf dalam suatu program membeli program biasanya melakukan sebuah kesepakatan bersama. contoh program televisi dalam negeri membeli program televisi luar

negeri, staf program juga harus bisa melihat berapa segmentasi yang mereka dapatkan disana untuk mendapatkan sebuah audience. karena jika suatu program dibeli tidak ada nilai dalam sebuah program, tidak akan ada feed back yang didapatkan dari dua belah pihak. walaupun program luar negeri seperti film dan musik program asik yang banyak disukai audience karena umumnya memiliki sebuah kualitas yang baik, dari segi bentuk kualitas gambar dan suara.

3. Eksekusi Program

Dalam melakukan sebuah eksekusi program yaitu mencakup kegiatan menayangkan program yang sesuai dengan rencana yang telah ditetapkan . jika dalam sebuah berita Manager program produksi juga perlu berkordinasi dengan bagian redaksi berita (news) dalam hal program itu memerlukan liputan wartawan seperti peristiwa khusus atau berita penting (breaking News). dalam menyusun jadwal acara pada program acara, tim harus mempertimbangkan berbagai faktor diantaranya yang mempengaruhi kebiasaan menonton audien, Mobilitas Audience, jenis pekerjaan, kebutuhan audience pada hal hal tertentu, hal dilakukan melakukan eksekusi sebuah program diantaranya:

- a. pembagian waktu siaran: menentukan jadwal siaran

yang telah ditentukan oleh tim produksi.

- b. strategi penayangan: pengelola program idealnya akan berupaya agar *audience* dapat terus menerus menonton acara yang disiarkan oleh media penyiaran yang bersangkutan.

4. Pengawasan dan Evaluasi Program

Dengan pengawasan dan perencanaan, stasiun penyiaran menetapkan rencana dan tujuan yang ingin dicapai. proses tersebut tak lepas dari proses pengawasan serta evaluasi program yang bisa di sebut juga pasca produksi program, didalam pasca produksi terdapat banyak hal yang membahas tentang segala bentuk evaluasi setelah melakukan produksi, dan juga mengevaluasi dengan cara membandingkan kinerja tim, jika kinerja tersebut tidak dijalankan secara baik, maka diperlukan langkah-langkah untuk perbaikan program produksi. dalam proses pengawasan pun perlu dibutuhkan audience yang banyak untuk menarik perhatian suatu program, dan juga dapat di ukur dan diketahui melalui riset rating analisis data perbandingan untuk mengevaluasi segala bentuk produksi. Setelah melaksanakan shooting di lapangan, Pasca Produksi tim produksi selanjutnyamelaksanakan:

- a. Back Up Data yang dilakukan oleh camera person,mengecek semua data yang diliput.
- b. Proses Editing.
- c. Melakukan Voice Over untuk dubbing
- d. Camera Person melakukan pendampingan kepadaeditor untuk

menentukan *checking* hasil *shooting*.

Pengertian Strategi menurut Onong Uchjana Effendy Strategi komunikasi terdiri dari dua aspek penting yang harus dipelajari dan dipahami dengan baik, yaitu strategi yang dimaknai secara Makro (*Planned Multimedia Strategy*) dan secara mikro (*single communication medium strategy*).³ telah

ini sangat penting untuk memberikan makna yang lengkap dalam sebuah strategi komunikasi secara praktis nantinya.

Dan menurut Onong Uchjandy Effendy dalam bukunya yang berjudul dimensi komunikasi menyatakan bahwa “Strategi komunikasi merupakan panduan dari perencanaan komunikasi (*Communication Planning*) dan manajemen (*communication management*) untuk mencapai suatu tujuan. Untuk mencapai suatu tujuan tersebut strategi komunikasi harus dapat menunjukkan bagaimana operasionalnya secara taktis harus dilakukan, dalam arti kata kata bahwa pendekatan secara traktis harus dilakukan, dalam arti kata bahwa pendekatan (*approach*) bisa berbeda sewaktu-waktu tergantung dari situasi dan kondisi “

Selanjutnya, dari kedua aspek tersebut memiliki fungsi ganda yaitu :

Menyebarkan pesan komunikasi yang bersifat *informative*, *persuasive* dan *instuktif* secara sistematis pada sasaran untuk memperoleh hasil yang optimal. Menjembatani *culturall GAP* (Kesenjangan Budaya)

³ Onong Uchjana Effendy “Strategi Komunikasi 1981: 67”.

,misalnya suatu program yang berasal dari sebuah produk kebudayaan lain dianggap baik untuk diterapkan dan dijadikan milik kebudayaan sendiri tergantung dari bagaimana strategi menyampaikan / mengemas sebuah informasi tersebut dalam komunikasinya . Implementasi strategi komunikasi memerlukan langkah-langkah strategis yang harus diambil untuk menyusun langkah-langkah ini, dan memerlukan pertimbangan yang matang tentang apa yang dimaksud dengan komunikasi dan faktor-faktor yang mendukung dan menghambat komunikasi. Identifikasi Audiens Komunikasi Anda Sebelum Anda mulai berkomunikasi, Anda perlu mengetahui siapa audiens komunikasi Anda. Hal ini sangat tergantung pada tujuan komunikasi, apakah terbatas pada transfer pengetahuan (dalam cara yang bermanfaat) atau tujuan komunikasi. a) Pemilihan media komunikasi Ada banyak media komunikasi, namun pemilihan media komunikasi sangat tergantung pada sasaran komunikasi. b) Menilai Tujuan Komunikasi Pesan komunikasi memiliki tujuan tertentu. Ini menentukan apakah dan teknologi mana yang akan digunakan: teknologi informasi, teknologi persuasi, atau teknologi instruksional. Pesan komunikasi terdiri dari isi pesan dan simbol. Sebuah pesan komunikasi dapat memiliki satu konten, tetapi simbol yang digunakan dapat bervariasi.

Diskusi tentang pengemasan program berhubungan dengan departemen program atau peran departemen. Departemen program saluran dan pengelola program berada pada posisi yang sangat strategis untuk mendukung keberhasilan saluran. Berdasarkan aspek manajemen, kadang-kadang disebut sebagai manajemen strategis program siaran, terdiri dari perencanaan program, produksi dan pembelian program, pelaksanaan program, dan pemantauan dan evaluasi program. Pengorganisasian Pengorganisasian biasanya menjadi tanggung jawab manajemen puncak lembaga penyiaran, terutama Manajer Program, yang terlebih dahulu berkonsultasi dengan Direktur Pemasaran atau Direktur Umum. Realisasi program dan keberhasilannya didasarkan pada musyawarah antara program dan departemen pemasaran, penyiar melakukan analisis dan strategi program. Analisis strategis dilakukan atas dasar analisis situasional tentang keadaan pasar pemirsa penyiar dan keadaan program yang tersedia. Berdasarkan hal tersebut, media penyiaran perlu memahami pasar audiens, termasuk segmentasi audiens dan tingkat persaingan. Analisis situasi dapat dibagi menjadi analisis peluang dan analisis persaingan.

Analisis peluang adalah analisis pasar pemirsa menyeluruh yang mempertimbangkan pasar pemirsa dan menyelaraskan kebutuhan dan persyaratan segmen pemirsa

yang berbeda.

Analisis kompetitif di sisi lain merencanakan strategi pemrograman yang menampilkan keunggulan kompetitif seperti kemampuan penyiar untuk menghasilkan program berkualitas tinggi dengan biaya rendah, membuat program terjangkau. Penyiar juga bersaing dengan penyiar lain dalam hal menarik perhatian pemirsa dengan kelompok demografis yang sama.

Targeting adalah kegiatan pemrograman televisi yang bertujuan untuk memilih dan menjadwalkan program untuk menarik pemirsa pada waktu tertentu. Dalam hal ini, departemen program harus meneliti orang seperti apa pemirsa dan apa yang mereka inginkan harus dipelajari dalam mengkomunikasikannya di media badan Angkatan Laut. Membuat program untuk mengembangkan dan meningkatkan sebuah *viewers* di media sosial Youtube.

2.2.2 Manajemen Redaksi

Sebagai pondasi untuk memperkuat strategi pemberitaan media massa, diperlukan sebuah manajemen. Tim redaksi diibaratkan sebagai jantungnya sebuah media, dimana sebuah informasi dapat dihasilkan melalui sistem mekanisme kerja yang dijalankan. Karena hal tersebut, manajemen redaksi bertugas dalam mengurus, mengendalikan, memimpin serta memandu sebuah perusahaan.

Seperti saat melakukan proses peliputan, penulisan, penyuntingan hingga publikasi atau rilis. Agar lebih fokus sesuai dengan tujuannya, maka diperlukan sebuah manajemen seperti menurut George R Terry dalam buku Dasar-dasar Manajemen 2021 adalah suatu proses yang meliputi Perencanaan (*Planning*), Pengorganisasian (*Organizing*), Pengarahan / Pelaksanaan (*Comanding*), Pengarahan (*Actuating*), Pengendalian/Pengawasan (*Controlling*).⁴ Hal tersebut dilakukan untuk mencapai tujuan dengan menggunakan metode yang efektif dan efisien. Adapun penjelasan mengenai fungsi- fungsi manajemen menurut ahli George R Terry dalam buku Dasar-dasar Manajemen Edisi Revisi George R Terry 2021 adalah sebagai berikut:

1. Perencanaan (*Planning*)

Planning diartikan sebagai penetapan tujuan, penetapan aturan, penyusunan rencana dan sebagainya. Dalam menjalankan sebuah Produksi, Tim redaksi harus menentukan sebuah aturan dengan penyusunan konsep berita yang akan di siarkan, hingga menjadi sebuah berita yang menarik dihadapan khalayak yang menonton. Pimpinan redaksi juga bertugas untuk menentukan kegiatan dan strategi keredaksian secara umum dan mengarahkan jalannya proses redaksi. Dalam

⁴ Dasar-Dasar Manajemen Edisi Revisi George R Terry 2021 13

perencanaan juga harus diputuskan “apa yang harus dilakukan, kapan melakukannya, bagaimana melakukannya, dan siapa yang melakukannya”. Jadi perencanaan adalah pemilihan sekumpulan kegiatan dan memutuskan apa yang harus dilakukan, kapan, bagaimana dan oleh siapa.⁵

2. Pengorganisasian (*Organizing*)

Pembagian tugas sesuai dengan struktur organisasi dan kompetensi sebuah sumber daya manusia dalam sebuah lingkungan tahap pengorganisasian. Pada tahapan ini dapat dialokasikan dan sarana redaksi program kerja. *Organizing* meliputi melihat pelaksanaan tugas, memproduksi, mengemas produk, menjual produk, dan sebagainya. Pembagian kerja adalah pemerincian tugas pekerjaan agar setiap individu dalam organisasi bertanggung jawab untuk melaksanakan suatu kegiatan yang terbatas.⁶

3. Pengarahan/pelaksana (*Actuating*)

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

⁵ *Ibid* Hal. 138

⁶ *Ibid* Ha. 143

4. Pengawasan (*Controlling*)

Controlling meliputi melihat perkembangan pelaksanaan tugas, menyeleksi produk, mengevaluasi sebuah produksi dan didalam sebuah produksi akan diawasi oleh seorang pemimpin yang memiliki tugas untuk mengawasi kemajuan rencana dalam mengadakan sebuah produksi. definisi pengawasan yang dikemukakan Robert J.Mokler (1972) Berikut ini dapat memperjelas unsur-unsur esensial proses pengawasan. Menurut Mokler, pengawasan dalam manajemen adalah suatu usaha sistematis untuk menetapkan standar pelaksanaan dengan tujuan-tujuan perencanaan, merancang sistem informasi umpan balik, serta mengukur penyimpangan- penyimpangan serta mengambil Tindakan koreksi yang diperlukan.⁷

2.2.3 New Media

Media *online* termasuk kedalam jenis *new media* yang dikenal sebagai media dalam penggunaannya membutuhkan jaringan internet, serta praktis dan fleksibel. Hadirnya media *online* disebut sebagai generasi ketiga setelah media cetak dan media elektronik, secara sederhana informasinya disajikan secara *online* didalam situs YouTube.

Menurut Terry Flew *New Media* diartikan sebagai *Digital Media*: “*form of media contents that combine and integrate data, text, sound and images of all kinds; are stored in digital format and are increasing distributed through network.* Bahwa isi media dikombinasikan dalam sebuah teks, suara, gambar dan sebagainya dikemas

⁷ *Ibid* Hal. 147

dengan format digital, serta sistem penyebarannya melalui jaringan internet”⁸

Didalam sebuah media *online* terdapat banyak konten yang dapat dimuat, diantaranya teks, gambar, video dan sebagainya. Untuk mengakses media *online* dibutuhkan jaringan internet, karena kontennya dikemas secara digital. Saat ini terdapat berbagai jenis media *online* yang dapat mempermudah aktivitas manusia, dikarenakan penggunaannya yang praktis dan fleksibel.

“Secara teknis atau “fisik”, media online adalah media berbasis telekomunikasi dan multimedia (komputer dan internet). Termasuk kategori media online adalah portal, website (situs web, termasuk blog dan media sosial seperti facebook dan twitter), radio online, TV online, dan email.”⁹

Media *online* memiliki jangkauan yang luas, karena setiap informasinya dapat diakses dan disebar dengan mudah oleh penggunanya. Ini memberikan solusi terhadap kendala yang terjadi di masyarakat, seperti pertukaran informasi yang terbatas jarak dan waktu. Informasi yang disebar tentu berbeda-beda tergantung dengan visi dan misi medianya, setiap pembaca juga berhak menentukan media sesuai dengan kriteria yang dibutuhkan.

⁸ Yunus Ahmad Syaiban dkk, *New Media: Teori dan Perkembangannya; NewMedia Teori dan Aplikasi*, Surakarta: Lindu Pustaka, 2011, hal. 5

⁹ Asep Syamsul M. Romli, *Op.Cit.*, hal. 31

a) Karakteristik Media Online

Seorang peneliti muda dari majalah *Pantau*, Jakarta. Yayan Sopian mengemukakan, terdapat karakteristik media *online*:¹⁰

- 1) Adanya kemudahan akses, tergantung pada kemampuan media karena informasi di media *online* bersifat dinamis dan akan mengalir secara terus menerus.
- 2) Bersifat *real time*, berita yang disajikan harus *update* dan aktual. Rilis berita dengan kejadian memiliki selang waktu yang tidak terpaut jauh. Pengelola website dapat menulis rilis tanpa memperhatikan luas halaman, ruang dan waktu sehingga pengguna dapat membaca berita setiap waktu.
- 3) Terdapatnya unsur multimedia sebagai bahan penarik minat khalayak dan isi berita. Sajiannya tidak klasik seperti media cetak mengikuti tren di masyarakat serta menyediakan berbagai fitur dan ilustrasi tampilan yang menarik.

b) Pengertian YouTube

¹⁰ Nurudin, *Pengantar Komunikasi Massa*, Jakarta: PT. Rajawali Pers, 2009, hal. 18

Dalam proses komunikasi yang menggunakan Youtube sebagai media, yang berperan sebagai komunikator disini adalah pengguna Youtube yang memiliki akun atau channel Youtube pribadi yang memiliki sifat intens dalam mengunggah konten-konten video yang ingin disampaikan kepada komunikan.¹¹ Sedangkan komunikan yang dimaksud disini ialah para pengakses media Youtube yang menge-klik video apa yang ingin ditonton dari sebuah channel tersebut. Pesan yang disampaikan disini bersifat verbal, yaitu bentuk komunikasi yang disampaikan dengan cara tertulis (written) atau secara lisan

Pada media Youtube, proses interaksi umpan balik antara komunikator dan komunikan memang tidak langsung secara kontak fisik, namun dapat terlihat langsung pada kolom komentar yang sudah disediakan untuk berinteraksi antara komunikan dan komunikator (pengunggah video). Selain itu, ketertarikan komunikan terhadap konten atau isi pesan yang disampaikan oleh komunikator dapat dilihat pada berapa banyaknya viewers dalam sebuah konten

¹¹ Asdani Kindarto, *Belajar Sendiri YouTube (Menjadi Mahir Tanpa Guru)*, Jakarta: PTElexmedia Komputindo, 2008, hal 1

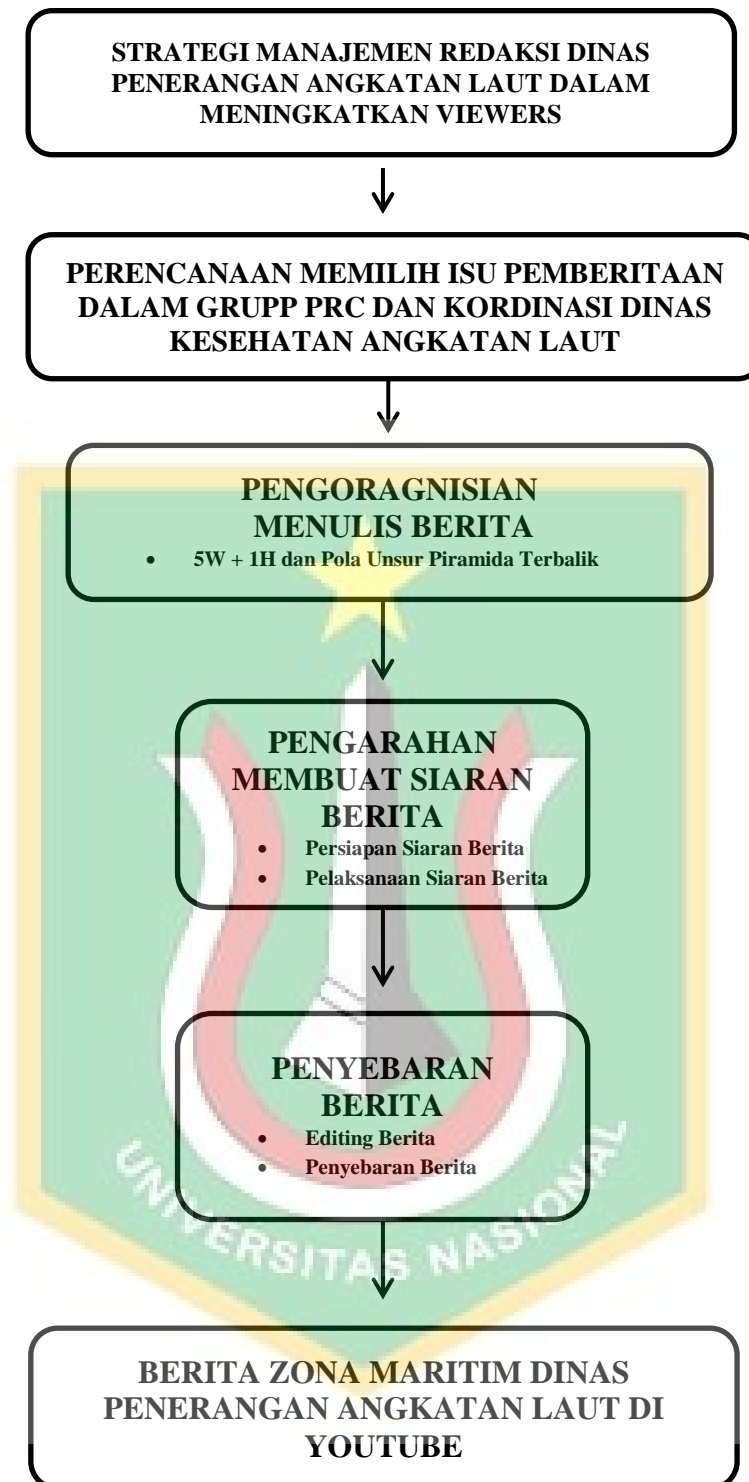
video yang sudah diunggah.¹² Berdasarkan uraian di atas, dapat disimpulkan bahwa hadirnya Youtube sebagai media massa baru, dapat memberikan nilai lebih tersendiri dalam penyebaran informasi yang ditujukan kepada khalayak luas. Karena kita tidak membutuhkan institusi besar sebagai komunikator seperti media massa lainnya. Yang harus Anda lakukan adalah mengunggah konten video Anda ke akun YouTube Anda dan membagikan tautannya di berbagai media sosial. Seorang komunikator yang telah menjangkau khalayak yang besar.¹³

2.3 Kerangka Pemikiran

Kerangka pemikiran akan mendeskripsikan variabel yang dapat penulis jadikan sebagai tolak ukur dalam penelitian di lapangan sesuai dengan rumusan masalah. Sebagaimana ruang lingkup kajian yang berkaitan dengan **“Manajemen Redaksi Pada Youtube Dinas Penerangan Angkatan Laut melalui Program Zona Maritim untuk menghasilkan informasi yang meningkatkan sebuah *Viewers*”**, sebagai berikut:

¹² Artikel dalam jurnal online: Eribka Ruthellia David “Pengaruh Konten Vlog dalam Youtube terhadap Pembentukan Sikap Mahasiswa Ilmu Komunikasi Fakultas Ilmu Sosial dan Politik Universitas Sam Ratulangi” akses pada 15 januari 2022

¹³ Artikel dalam jurnal online: Eribka Ruthellia David “Pengaruh Konten Vlog dalam Youtube terhadap Pembentukan Sikap Mahasiswa Ilmu Komunikasi Fakultas Ilmu Sosial dan Politik Universitas Sam Ratulangi” akses pada 15 januari 2022



Gambar 2. 2 Kerangka Pemikiran Penelitian Sumber: HasilOlahan Peneliti dan Pembimbing

