

## DAFTAR PUSTAKA

Buku

Ardianto, Elvinaro, 2004 *Komunkasi Massa*, Bandung: Remaja Rosdakarya Offset,

Barus, Sedia Wiling, 2010, *Jurnalistik Petunjuk Teknik Menulis Berita*, Jakarta, Elrangga

Creeber, Glen Understanding, 2000, *New Media*, Bandung :PT Remaja Rosdakarya,

Deddy, Iskandar Muda 2005, *Jurnalistik Televisi, Menjadi Reporter Profesional*, Bandung Rosdakarya,

DjuROTO, Totok, 2000, *Manajemen Penerbitan Pers*, Bandung PT Remaja Rosdakarya,

Flew, Terry, 2008, *New Media, An Introduction (3Edition)*. (South Melbourne; Oxford University Press.

HITT, Michael A ,2001, *Manajemen Strategi*, Surabaya Selemba Empat

Junaedi, F. 2014, *Manajemen Media Massa Teori, Aplikasi dan Riset*. Buku Literasi.

Liliweri, Allo, 2001 *Komunikasi Antar Pribadi*, Bandung PT. Citra Aditya Bakti.

M. Romli, Asep Syamsul, 2012 *Jurnalistik Online : Panduan Praktis Mengelola Media Online*. Bandung Nuansa Cendikia.

Moleong, L, 2007, *Metodologi Penelitian kualitatif*, Bandung: Remaja Rosdakarya.

Pamela J Shoemaker dan Stephen D. Reese, *Mediating The Message*.

Rohani,Ahmad, 1997, Media intruksional Edukatif, Jakarta: PT Rineka Cipta.

Setiawan Hari Purnomo dan Zulkiefli Mansyah, 1999 ,Manajemen Strategi Sebuah Konsep Pengantar, Jakarta:Lembaga Penerbitan Falkutas Ekonomi UI.

Shoemaker and Reese, 2014 Mediating the Message.

Werner J. Severin Dan James W. Tankard Jr., Teori Komunikasi, Sejarah, Metode, dan Terapan di Dalam Media Massa.

Yunus, Syarifuddin, 2010, Jurnalistik Terapan,Bogor:Ghalia Indonesia.

Jurnal

Amalliah, Kontruksi Makna Demokrasi dalam Kebebasan Beragama di Indonesia “Analisis Wacana Kritis Pemberitaan Peristiwa Tolikara dan Singkil Pada Harian Kompas dan Republika” Jurnal Ilmu Komunikasi, USNI, Vol 7 No1, Tahun2017 Hal 6, Universitas Bina Sarana

Driani Eka Dessy, (2013), “*Analisis Deskriptif Fungsi Manajemen Redaksi Majalah Janna*”,Jurusan Ilmu Komunikasi Universitas Islam Negeri Syarif Hidayatullah Jakarta.

Efendi Agus, Astuti Puwani Indri, dan Nuryani Tri Rahayu Nuryani, “*Analisis Pengaruh Penggunaan Media Baru Terhadap Pola Interaksi Sosial Anak Di Kabupaten Sukoharjo*” , Jurnal Penelitian Humaniora, Vol.18, No 2, Agustus 2017 :12-24 Universitas Veteran Bangun Nusantara Sukoharjo

Fauzan Reza, (2017), Studi Ekonomi Politik Media Mengenai *Prinsip Penerapan Pagar Api Di Pikiran Rakyat*, Hal 37 Universitas Pendidikan Indonesia.

Kartikwati Dwi ,Nurhasanah “Pendampingan Praktek Menjadi Jurnalis Warga (Citizen Journalist)” *Jurnal Pendidikan dan Konseling* Vol 5 N 2 Tahun 2023 Program studi ilmu komunikasi/FISIP ,Universitas Nasional Jakarta

Muhaemin Abdul, AS Enjang, Atin Marfu’ah Luk Luk, “Standar Kelayakan Berita Headline di Media Online” *Jurnal Ilmu Journalistik* Vol.2 No.4 (2019) 1-20 Universitas Islam Negeri.

Mutiara Hartati, (2017), Strategi Manajemen Redaksi Majalah Grazia Indonesia Dalam Menghadapi Persaingan Idustri Majalah Lisensi Asing, Skripsi Ilmu Komunikasi Universitas Lampung Bandar Lampung

Ngafifi,Muhammad, (2014), “Kemajuan Teknologi Dan Pola Hidup Manusia Dalam Perspektif Sosial Budaya”, *Jurnal Pembangunan Pendidikan* ,Fondasi dan Aplikasi SMP Negeri 2 Sukoharjo Wonosobo.

Parwati Nunuk, Nur Zain Balqis Aisyah”Strategi Redaksi dalam Menjaga Keakuratan dan Kecepatan Berita Media Online Studi Kasus di detiknews.com Jakarta”

Pattia Ghea , Radjagukguk Djudjur Luciana, “Strategi Manajemen Redaksi Radar Depok.com Dalam Menghadapi Persaingan Di Era Digitalisasi” *Jurnal Sosial dan Humaniora*, Vol 5, Nomer 1,Tahun 2020

Racmawati Firda, Mukarom Zaenal, Fakhruroji “Produksi Berita di Era Pandemi”,

*Jurnal Ilmu Komunikasi Jurnalistik* Vol 3 No 1 (2020) 1-16

Rizky, Muhammad Fadhillah (2021) “Strategi Media Online Bertuahpos.com Dalam Penyajian Artikel Pada Rubrik Islampedia”, *Jurusan Ilmu Komunikasi Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau*.

Sasmitha, Wija Agustin, (2019), *Strategi Redaksi Tirto.id Dalam penyajian Berita di Media Online*, Skripsi Jurusan Ilmu Komunikasi Universitas Islam Negeri Sunan Ampel Surabaya.

Satria Sakti, (2014), *Strategi Portal Berita Tribun-Timur.com Dalam Menyajikan Informasi Kepada Khalayak*. Skripsi Jurnalistik Universitas Islam Negeri Alauddin Makassar

Saifullah, (2012), *Efektivitas Media Online Harian Fajar Sebagai sumber Informasi Bagi Mahasiswa FDK Universitas Islam Negeri Alauddin*, Skripsi Jurnalistik Universitas Islam Alauddin Makassar.

Siti Meisyaroh, 2014, *Instant Messaging dalam Perspektif Ekologi Media dan Komunikasi*, *Jurnal Ilmu Komunikasi*, Universitas Kwik Kian Gie

Sularno, Anggraini, P, Razi, M “Implementasi Website Promosi dan Penjualan Pada Asosiasi Pedagang Sepatu dan Tas Kota Padang”, *Jurnal Teknologi dan Sistem Informasi Bisnis*, Vol.1 No.1 Januari 2019 Universitas Dharma Andalas.

Suryandari Nikmah, “Dampak Media Baru dan Komunikasi Antarbudaya Dalam Konteks Global”, Jurnal Socioteknologi, .20 No 3, Desember 2021 :364

Website

<http://kkbi.web.id/redaksi> (diakses pada tanggal 15 November 2022)

<http://gosrok.blogspot.com/2011/08/nilai-berita-news-value.html> (diakses pada tanggal 10 Desember 2022)

<https://pn-pati.go.id/index.php/15-profil/tentang-kami/24-tugas-dan-tanggung-jawab-pengurus-team-website> (diakses pada tanggal 15 November 2022)

<https://www.bola.com/ragam/read/4618064/jenis-jenis-berita-beserta-penjelasan-nya-yang-perlu-diketahui> (diakses pada tanggal 18 November 2022)

<https://www.google.com/amp/s/www.kompasiana.com/amp/frammas/5e4f5784d541df3b9f2129e2/teori-ekologi-media> (diakses pada tanggal 18 November 2022)

[https://www.referensimakalah.com/2012/01/data-kualitatif-dan-kuantitaif-sebuah\\_2854.html](https://www.referensimakalah.com/2012/01/data-kualitatif-dan-kuantitaif-sebuah_2854.html)



## LAMPIRAN 1

### TRANSKIP WAWANCARA INFORMAN

#### KEY INFORMAN

Nama Narasumber : Afditya Aiman Fahlevi

Umur 31

Perkejaan : Redaktur Tagar

**Bagaimana Strategi Redaksi Tagar.id dalam melaksanakan Tahap perencanaan, Pelaksanaan, Kecepatan/Aktualitas dan Evaluasi ?**

(1) Perencanaannya terlebih dahulu. Dalam melakukan perencanaan tagar.id Redaktur selalu melakukan rapat atau briefing. Jadi setiap senin ada zoom meeting atau ketemu di kantor. Disitu kita akan menentukan konten selama seminggu ini apa aja. Apa aja yang bakal naik itu ada prediksinya dilihat di google analytic. Jadi kita rapat dulu, itu merupakan hanya tak tik semata atau strategi yang kita buat. Dan untuk bagian (2) Pelaksanaan kita sudah mulai mencari berita yang mau dibuat, sesudah itu langsung di buat narasih berita dan juga mencari informan yang relevan untuk mendapat informasi yang lebih banyak agar berita yang dibuat real tidak ada berita bohongnya yang kita buat ini, informan yang kita cari juga harus mengerti apa yang sedang kita bahas. nanti yang menentukan apakah beritanya relevan atau tidak. Bisa naik atau tidak. Kalau bisa naik di masukin web lalu diedit sesuai SEO. Proses pencarian ini mereka bisa mengumpulkan bahan berita atau informasi dengan menghubungi informan bisa melalui google meet, via telepon ataupun datang langsung tergantung informan tersebut memintanya wawancara yang dia mau (3) Kecepatan/Aktualitas kalo di berita itu,

Karena wartawan online lebih dulu beritanya oleh karena itu biasanya kami meyasati suatu berita dengan cara meningkatnya jadi yang diambil adalah memang pada inti berita tersebut yang sangat penting. Hal tersebut juga sebagai pembaca tidak bosan saat melihat dan membaca berita melalui portal berita. Kalo di berita itu, satu jam atau satu menit yang lalu kamu omong itu adalah terbaru jadi yang terbaru itu bukan yang baru kemarin. Pokonya kalau bisa yang terbaru itu yang perjam atau permenit. Setelah per menit misal baru di omongin jam 03.20 kalau kita upload 04.20 itu masih terbaru tapi kalau besok itu sudah enggak baru. Dan untuk aktualitas dalam mengangkat sebuah berita yang basi kan enggak banyak yang baca sebab orang yang paling penting itu kita kasih informasi yang hari itu, yang aktual yang kejadian pada hari itu (4) Evaluasi Misalkan Isu Politik dari sekian banyak evaluasi kita akan tau nih isu apa yang sekiranya sudah tercapai dari redaksi kita misalkan begini kita tuh ada evaluasi redaksi seminggu sekali, karena semenjak pandemi tuh kita terbiasa evaluasi melalui zoom, nah kita evaluasi tuh dalam konteks menyusun strategi ternyata ada sekian kasus ternyata isu politik hari ini lebih penting dan hari berikutnya ekonomi lebih penting dan lain sebagainya nah disatu sisi evaluasi sebenarnya evaluasi kita ikut apa yang sedang trending apa yang sedang hangat, nah kalo evaluasi itu terus dilakukan kita akan tau bagaimana si kelemahan kita gimana cara mengukurnya Isu politik kita lihat analisis kita sekian 500 ribu pembaca terus minggu selanjutnya berubah kita main di isu infotainment itu sebenarnya menyesuaikan aja itu soal taktik aja.

**Bagaimana proses Produksi Tagar.id dalam Tahap Perencanaan, Tahap pengumpulan, Tahap penulisan naskah berita, Tahap penyuntingan naskah berita dan juga Tahap Penyajiannya?**

Tahap Perencanaan misalkan rencana yang sudah kita evaluasi sudah memiliki rencana baru itu apa nih informasi atau fenomena yang sedang menguap nah dari situ kita tentukan kita si bisanya menyebutnya ranning lah kita ranning apa nih misalkan contoh kasus Ferdi Sambo nah kita ranning terus contoh lagi kasus politik dinamika menjelang pemilu atau berita tentang koalisi itu kita akan ranning terus. (2) Tahap pengumpulan naskah berita. Nah untuk tahap pengumpulan misalkan kita udah tentukan satu atau dua yang kita garap nah itu nanti kita masukan ke tahap wawancara langsung Redaktur memberikan arahan ke reporter ataupun reporter juga bisa melakukan wawancara terhadap narasumber, sumber sumber pernyataan dari narasumber ini kita kumpulkan kemudian masuk ke penulisan naskah. Dasar penulisan berita yaitu piramida terbalik mulai what, who, when, why dan how atau yang sebut sebagai 5W + 1 H. Dalam pembuatan berita juga Tagar.id membuat berita hanya 500 kata yang dimana berita tersebut akan menjadi padat. (3) Dalam Tahap Penulisan Naskah Berita nah tahap penulisan berita kita menggunakan format pembuatnya dengan memakai piramida terbalik yang dimana dalam penulisan itu kita taro informasi –informasi yang penting terlebih dahulu atau informasi tersebut di taro paling atas dan untuk informasi – informasi selanjutnya kita taro bawah informasi penting. (4) Tahap Penyuntingan berita bisa dilakukan reporter yang mewawancarai narasumber langsung kirim ke redaktur nah Redaktur akan menyunting bisa dibilang editor lah , nah itu kembali ke siasat dari



Redaktur misalkan kalo reporter membuat judul nya kurang pas redaktur yang memperbaiki termasuk juga penulisannya, titik komanya, leadnya sudah terpenuhi blm nih 5W+1H nya, nah itu sebenarnya masuk ke tahap penyuntingan naskah berita, kemudian Redaktur juga bisa melakukan wawancara langsung terhadap narasumber. (5)

Dan Tahap terakhir atau tahap penyajian kalo untuk masuk penyajian itu kita sudah sajikan dalam bentuk informasi reporter wawancara kemudian reporter hasil transaksi wawancara, reporter menyusun naskah dalam bentuk berita kirim ke redaktur, redaktur mengedit baru kirim ke website online. nah sebetulnya kalo umumnya kita berbicara kode etik jurnalistik semua tahapan itu harus berdasar pada kode etik jurnalistik gitu termasuk unsur 5W+1H unsur cover borb side kemudian berita yang berimbang yang sifatnya informatif baru yang berimbang tapi di satu sisi kita lihat narsum kita pilih, nah narasumber yang kita pilih narasumber yang punya kompetensi di bidangnya yang misalnya pemahaman politik yang sekiranya punya latar belakang politik, akademis atau pun sebagai dosen. Narasumber pun tidak sembarang kita akan melihat trek rekotnya, nah kemudian dalam proses wawancara langsung biasanya si temen temen tagar via telepon atau bisa juga zoom juga si tapi biasanya si sering lewat telepon.

### **Bagaimana Perkembangan Portal Tagar.id dalam Era Digital sekarang ?**

Jadi era digital sekarang membuka persaingannya semakin ketat jadi disatu sisi kita harus menyajikan informasi yang valid, harus cepat, harus tepat dan juga harus aktual kalo bisa di bilang bahasanya yang viral kalo kita nyebutnya. Nah itu kita balik lagi ke penjelasan strategi redaksi kita bisa simpulkan yang lagi trending apa nih, pertarungan era digital sebenarnya itu kalo saya pribadi secara institusi secara jurnalistik kita

mengacuh pada isu yang trending ada di google gitu demikian karena itu menyangkut atau yang sedang banyak diminati oleh banyak masyarakat terutama pembaca gitu tapi dalam era digital saat ini tagar mengedepankan konsep jurnalis positif , jurnalis positif adalah jurnalisme yang mengedepankan informasi yang valid, informasi yang aktual, tidak memihak , informasi yang berimbang, informasi yang sifatnya positif .Nah bukan mengedepankan asas vigis it news tidak dalam pertarungan menggunakan konsep itu kenapa demikian plus minus ya era digital sekarang kan ya era nya adsen jadi google arena pertarungan itu banyak kompetitor - kompertitor yang mengedepankan good news Its good news dengan membuat berita yang membuat judulnya klik bait yang sebenarnya isi tidak substantif justru kadang mengedepankan perasangka, provokasi hanya untuk memancing pembaca agar pembaca itu bisa mengklik berita walaupun isinya gak substantif gitu nah. Tagar tidak dalam konteks itu tetap dengan penyajian yang formal tapi dikemas dengan ringan mengedepankan kode etik jurnalistik misalkan ada beberapa berita yang harus mencakup dua narasumber yang saling berseberangan atau kita membuat berita persi narasumber satu yang bertentangan dengan pers narasumber dua nah itu tetap kita akan cover both side kita akan masukin semua gitu loh kita akan tampung kita akan muat apa yang menjadi pendamping narasumber satu dengan narasumber dua gitu intinya cover both side ah jadi tidak memihak nah jadi di era digital sekarang tetep bertahan pada konsep jurnalisme positif tidak klikbait gak propokatif karena memang kita tau siapa si yang gak pengen mau dapet uang dari adsen google atau adsen youtube tapi secara tidak langsung itu mengorbankan tanda kutip idealisme media online gitu loh misalkan berita artis dibuat sedemikian rupa dengan

judul provokatif itu orang akan tertarik membaca. Secara definisi ya orang memilih itu untuk motifnya adsen saja sah sah saja ya kita gak demikian. Kemudian selain dalam bentuk website kita aplikasi juga dalam bentuk Instagram dalam bentuk video visual youtube, tiktok nah ini sebenarnya bagian dalam berkembang tagar yang bukan hanya menyajikan berita dalam bentuk tulisan saja tapi dalam berita yang dalam tulisan itu kita yang aplikasi kita jait lagi dalam bentuk konten , konten video berita atau video suara gitu tetap pangkalnya. Kita mengedepan kepentingan masyarakat jadi kita memberikan informasi yang sifatnya valid dan tidak cenderung memihak satu pihak karena ujungnya nanti kita strategi bisnis itu yang portal berending kas nah ini loh berita politik loh berita ekonomi loh, Selain itu juga di Tagar.id terdapat kolom komentar yang dimana kolom tersebut bisa digunakan untuk memberikan saran dan juga diskusi apakah ada rencana nanti kita akan ubah strategi lagi untuk meningkatkan kinerja redaksi meningkatkan kinerja perusahaan kita rencanakan ya kita coba main di isu isu yang sifatnya entertainment gitu dikemas secara ringan cuman tetep kita mengedepankan jurnalis positif nah karena kenapa kita memilih entertainment secara data kita pelajari oh setahun ini nih 2022 kemaren itu isu yang paling banyak di minati pembaca entertainment , infotainment gitu kalo data yang kita evaluasi kemarin tentang pembaca usia pembaca itu dari 14 sampai 28 tahun itu yang anak pemuda suka , nah mereka biasanya cenderung tidak suka berita yang formal soal politik, ekonomi gitu.

**Bagaimana prose penerapan karakteristik new media di tagar.id?**

Dalam teori new media memiliki beberapa karakteristik yaitu Digitalisasi, Konvergensi, Interaktivitas, Virtuality dan Hypertextuality. Menurut pak Afditya penerapan digitalisasi di tagar itu.

#### Digitalisasi

Digitalisasi ya kalo di tagar kan media online yang menggunakan website ya jadi udah termasuk berita yang digital karena kan untuk akses ke website tagar harus menggunakan internet kalo enggak pakai internet enggak bisa, selain itu juga untuk akses website harus menggunakan perangkat seperti hp ataupun komputer

#### Konvergensi

Media konvergensi kan perpindahan dari media cetak ke media digital dan karena media tagar.id cuman menjalan media online jadi proses tersebut tidak terjad, tetapi media konvergensi media online yang saya tau kan kalo berita hanya tinggal meng-klik informasi yang diinginkan di handphone atau komputer yang sudah dilengkapi dengan aplikasi internet untuk mengetahui informasi. Kalo kita di tagar semua beritanya di sajikan melalui media seperti yang sudah saya beritau melalu websiter dan media sosial seperti Instagaram, youtube, tiktok. Jadi tagar.id termasuk proses konvergensi

#### Interaktivitas

Proses Interaktivitas atau aktivitas yak kalo di tagar terdapat kolom komentar yang dimana fungsinya untuk memberikan saran atau kritik jadi masyarakat itu di tagar bukan hanya membaca saja di websiter tagar tetapi juga bisa memberi masukan atau saran dalam berita tersebut.

#### Virtuality

Virtuality sama kaya interaktivitas yah sama nya karena proses di tagar kita bisa bervirtual dengan cara memberikan masukan atau kritik dalam berita yang sedang di baca.

### Hypertextuality

Hypertextuality itu kaya semacam link yang bisa di bagikan dari platfrom satu ke platfrom yang lain yang dimana tujuannya untuk mempermudah masyarakat untuk memberikan informasi ke masyarakat yang lain, contoh seperti di tagar kamu sedang membaca kasus berita yang sedang viral dan kamu ingin membagikan informasi ke orang lain nah itu tinggal kamu salin aja link berita itu atau enggak misalkan kamu mau bagikannya lewat aplikasi whatsapp tinggal kamu klik aja logo whatsapp di website tagar nanti kalo sudah klik langsung di arahin ke aplikasi nya dan kamu tinggal pilih mau di bagikan ke siapa berita tersebut.

### **Bagaimana Proses Penerapan Teori Hirarki**

#### Individu

Setiap wartawan di tagar tidak harus mempunyai pendidikan jurnalistik hanya saja mereka setidaknya memiliki pemahaman dalam dunia jurnalistik dalam penulisan berita dan juga etika dalam jurnalistik. Di Tagar.id kita mempunyai beberapa wartawan yang pendidikannya diluar jurnalistik tapi juga ada yang berpendidikan jurnalistik kalo yang diluar pendidikanya jurnalistik itu ada wartawan perempuan dari sastra sejarah sama pria ilmu politik kalau yang berpendidikan dari jurnalistik itu pria dua orang dari ilmu komunikasi

#### Media Ruttinitas

Setiap kali kita rapat itu pasti ada perbedaan pendapat, namun yang selalu jadi patokan kita itu adalah kita berpihak pada publik. Yang berbeda pendapat itu mengungkapkan kepentingan apa yang dari sisi publik atau manfaatnya atau bisa juga dampaknya bagi publik, itu biasa bagaimana meyakinkan yang lain untuk sepakat dengan argument (pendapat) yang kita ajukan.

#### Organisasi

Peran organisasi sangat mempengaruhi bagaimana seorang jurnalis dalam bekerja. Pengaruh itu dapat dilihat, sejauh mana seorang jurnalis memiliki kecekatan dalam memburu berita secepat mungkin. Kerja mereka pun bisa dikatakan tempat mereka tinggal dengan konsep pemberitaan yang berpengaruh terhadap isi media

#### Ekstra Media

Dalam kasus ini Tagar tentu saja tidak memihak satu parlemen saja dan tagar sebagai media yang netral selain itu tagar dalam kebijakan tersebut wartawan harus tetap waspada untuk meliput atau mencari berita dengan benar dan harus mengetahui masalah sebenarnya agar tidak terjadi kesalahan pahaman dari penulisan. Tagar dalam pemberitaanya tidak sekedar mengandalkan menyiarkan isi berita (context), namun senantiasa menguntungkan pula makna berita (context) karena tagar.id ingin menjadi media yang positif yang berguna bagi masyarakat.

#### Ideological Level

Jadi era digital sekarang membuka persaingannya semakin ketat jadi disatu sisi kita harus menyajikan informasi yang falit, harus cepat, harus tepat dan juga harus aktual kalo bisa di bilang bahasanya yang viral kalo kita nyebutnya. Nah itu kita balik lagi ke

penjelasan strategi redaksi kita bisa simpulkan yang lagi trending apa nih, pertarungan era digital sebenarnya itu kalo saya pribadi secara institusi secara jurnalistik kita mengacuh pada isu yang trending ada di google.

**Apakah ada kesulitan dalam pesaing di Era Digital sekarang dan Bagaimana Tagar.id menghadapin kesulitan tersebut?**

Kesulitan si enggak justru kita berakselerasi lah berserancar menyerami dunia di era digital sekarang ya yang saya bilang tadi mengaplifikasi dari berita itu kita bentuk konten tiktok, instagram, gak ada kesulitan bertarung dengan berita berita yang sifatnya profokatif tapi itu buka menjadi acuan kita ya, mungkin itu pilihan kompetitor tapi kalo kita tidak. Memang karakter masyarakat kita itu kan senang yang berita berita yang kompor, ngegas, terkuat, terbongkar gitu nah itu senang, ini sah sah saja tapi secara harfiah nanti kan secara tidak langsung juga melebar menghamburkan warna yang sebenarnya. Kalo kesulitan ini si gak ada kita malah dengan adanya era digital tantangan perusahaan media online lebih aktif lagi untuk bisa lebih tajam lagi tanpa melepaskan kode etik jurnalistik itu justru era digital bukan kesulitan tapi peluang, peluang itu sangat besar misalkan peluang yang bisa didapat di era digital kan kita dapat banyak hal dari segi trending kemudian dari segi makerting dari segi velyu, value itu gak bisa di ganggu - gugat kalo rancangan kita baik konsistensi tagar.id dalam rana berita itu bagus itu nanti dengan sendirinya ngebentuk valuenya sendiri gitu lain lah kalo kompetitor misalkan cenderung bikin berita yang profokatif yang megemaskan orang bakal ambil berita yang kompor aja bahasanya gitu lah, nah kita menghindari hal itu kita tetep mengambil peluang tapi juga tetep mengedepankan, mempertahankan, memperkuat

value yang sudah tagar dapat hari ini. Balik lagi tujuan kepentingan bisnis kepentingan bisnis tagar kita, tagar value bagus brand nya bebas, kuat, kemudian dari sisi marketing nya kita akan lebih perkuat lagi gitu, nah dari sisi bisnis justru di era digital ini lah peluang besar itu lah yang kita lakukan sekarang kalo orang mau iklan di tagar misalkan tapi brandnya gak kuat, value nya gak ada pasti orang akan males begitu lah prakteknya jadi artinya menjelas tidak secara teori tapi berdasarkan praktek di lapangan.

### **Apa Perbedaan portal Tagar.id dengan portal yang lain?**

Setiap portalkan punya khasnya masing-masing punya perbedaannya masing masing yang saya bilang tadi ada portal yang memilih mengganggu kan dari adsen dia mandiri mengganggu kan hidupnya dari adsen, jadi untuk bisa dapet adsen yang lebih banyak dia bilang yang tadi saya bilang pake berita yang sifatnya profokatif mengemas mampu membuat pembaca itu secara emosional untuk membuka link berita itu, pertanyaan di satu sisi orang akan melihat ini sebagai media arti, ini media politik tapi sifatnya bad news its good news jadi segala kontroversi, konflik kemudian media di bilang sebagai komunitas isu untuk meraih keuntungan dari adsen itu sah sah saja tapi itu lah yang membedakan dengan tagar di era digital tetap mengedepankan konsep jurnalisme positif tentu dengan pandangan kode etik jurnalistik memperkuat value, memperkuat bread gitu dengan prodak jurnalistik untuk kepentingan masyarakat luas.

### **Berita Apa saja yang ada di kanal Portal Berita Tagar.id ?**

Tagar pada saat pertama kali di produksi memiliki kanal Nasional, Humaniora, Olahraga, Bola, Tekno, Internasional dan dalam kanal-kanal berita tersebut terdapat beberapa turunan. Nah seperti halnya kanal nasional terdiri dari Politik, Pemilu, Daerah,



Hukum dan Ekonomi sedangkan kanal Humaniora terdiri dari cerita, Tokoh, Sehat dan Wisata.

#### INFORMAN 1

Nama Narasumber : Mila Yefriza

Umur 29

Perkejaan : Redaktur Tagar

**Bagaimana proses produksi Tagar.id dalam Tahap Perencanaan, Tahap pengumpulan Tahap penulisan naskah berita dan Tahap penyajian ?**

(1) Dalam tahap perencanaan kita biasanya ditagar sebelum bekerja melakukan breffing dulu untuk melihat berita apa yang sedang trending saat ini dari berita yang sedang tranding ini kita akan melihat berita mana yang pembaca paling banyak karena kita setiap akan membuat berita kita selalu riset terlebih dahulu agar sasaran informasi kita tepat dan juga berita yang kita sajikan dibaca oleh masyarakat. Selain itu juga selalu melihat dari sisi peristiwa-peristiwa yang penting , menarik dan memiliki sisi positif di tengah masyarakat. Tagar lebih memilih dua hal yaitu berita yang sedang dibicarakan dan berita yang menarik. Masyarakat lebih cenderung ke berita yang menarik dibandingkan berita yang sedang dibicarakan dalam arti kata bahwa berita yang penting akan dikesampingkan manakala kemasanya tidak menarik Tagar membedakan antara berita yang penting dan berita menarik. Berita menarik berawal dari peristiwa yang penting dan memiliki nilai signifikansi kepada kehidupan masyarakat luas khususnya kehidupan masyarakat kota. Masyarakat harus mengetahui berita yang sedang

dibicarakan tersebut karena terkait dari kehidupan mereka. Maka dari itu informasinya harus dikemas menjadi berita yang menarik sebelum dipublikasikan. (2) Tahap Pengumpulan data biasanya kita akan mewawancarai narsumnya melalui telepon dan kita juga melakukan wawancara dengan narasumber nya yang memang dia sudah mengetahui informasi yang akan kita tanyakan contohnya berita entertainen berita tentang kedatangan bunda corla dan juga berita perseteruan bunda corla dan nikmir, dari dua berita tersebut kita akan melakukan atau mencari data tersebut dengan narasumber yang relevan dan valid. Karena kita mau berita yang kita sajikan itu akurat informasinya. (3) Tahap Penulisan Naskah berita dari informasi yang sudah kita dapat nanti kita akan buat menjadi sebuah tulisan berita penulisan berita kita menggunakan format pembuatnya piramida terbalik yang dimana dalam penulisan itu kita informasi yang penting ditaru paling atas dan informasi berikutnya di taru dibawahnya kita juga minimal penulisa beritanya 500 kata dan untuk ukuran foto yang di tampilkan 1024 x 768 untuk di sajikan di portal berita Tagar.id. (4) Tahap Penyuntingan kita sebagai redaktur jika selalu mengecek tulisan wartawan sebelum di upload ke website pengecekan itu dari judul, spasi dan jumlah tulisannya sudah pas blm dengan format penulisan tagar , jika tulisan itu terlalu panjang kita akan memperbaiki tulisan tersebut dan judulnya jika masih blm pas dengan tulisannya kita akan berita wartawan tersebut untuk memperbaiki tulisan tersebut, kalo sudah di perbaiki dan sudah pas dengan format penulisan tagar kita akan up tulisan tersebut ke portal (5) Untuk tahap penyajian kita sudah menyajikan dalaam bentuk berita dan ada beberapa macam berita kaya breaking news, softnews dan hardnews nah biasanya berita yang lagi viral kebetulan

kalo aku dibidang di reealfun kalo di tagar atau reelfun bukan berita yang hardnews atau softnews itu biasanya yang mengerjakan mas adit sama mas saiful mereka kalo breaking news tentang misalkan fajar sadboy itu bakal ada turuna-turunan beritanya dari 1 sampai seterusnya misalkan yang pertama dia putus cinta,yang kedua turunan ,tv yang ke tiga profilnya nah yang ke empat tuh nanti ada turunan turunannya. Nah kalo kondisinya ada dua kaya tadi itu biasanya kedua langsung up karena kan sama-sama kita mau liat pasaranya kan dimana yang misalnya kalo duanya yang up tapi pembaca berita nya lebih tinggi yang pertama misalnya malah kita akan lebih fokusin dia yang pertama jadi tuh penulis atau wartawan kita lebih.. menulis ke arah sana ke timbang ke dua karena yang kedua bacanya dikit tapi bukan tidak mungkin berita yang kedua itu, tuh tetap ada turunanya gitu biasanya kita langsung yang ke dua bukan lebih ke cek ombak ya lebih ke kita mau liat pembacanya lebih banyak yang mana.

### **Bagaimana perkembangan portal berita Tagar. di Era Digital?**

Perkembangan Tagar di berita sendiri itu lebih mengembangkan di SEO Serach Enggien Optimization karena kunci SEO untuk penyebaran beritakan kita lagi ngembangin itu terus itukan lebih ketuliskan SearchEengine Optimization kata kunci dari sebuah berita itu enggak harus sesuai dengan judul dan paragraf dalam sebuah berita itulah SEO. Karena sekarang lebih ngembangin SEO dulu

### **Apakah ada kekurangan atau kendala dalam persaingan berita di Era Digital?**

Kalo untuk persaingan jelas soalnya kita berlawanan dengan media-media besarkan kaya kompas yang punya team SEO sendiri, sementara kalo Tagar itu SEOnya cuman Redaktornya harus mengerti SEO untuk penyebaran. Sementara untuk media-media

gede ke Kompas, detik dll itu dia punya team SEO nya sendiri untuk penyebaran berita mereka agar meluas dan selalu muncul. Di halaman 1 google sementara kita di tagar tidak punya team SEO nya sendiri, Team itu Redaktur itu udah merangkap menjadi SEO nya juga supaya berita nya menjadi di halaman 1 google maka gak heran kalo tagar itu jarang muncul di halaman 1 google mungkin di halaman 2 atau 3 munculnya karena. Di halaman itu penuh dengan media - media gede yang punya team SEO nya sendiri, nah yang kesulitan kedua itu kita juga kekurangan personil untuk berita-berita yang ada di lapangan.

#### **Apa perbedaan portal Tagar.id dengan portal berita yang lain?**

Perbedaan kita bandingkan dengan Kompas mereka punya koran sementara tagar gak punya koran kita tuh bergerak di bidang online tapi Kompas dan yang lain punya online sekarang, kalo dulu kan fokus ke koran - koran Jakarta nah sekarang mereka juga sudah merangkap ke berita online bedanya tuh kita hanya ada media online gak ada media cetak koran. Kalo untuk persaingan jelas soalnya kita berlawanan dengan media - media besar kaya Kompas yang punya team SEO sendiri, sementara kalo tagar itu SEO nya cuman Redaktur nya harus mengerti SEO gitu untuk penyebaran sementara untuk media - media gede ke Kompas, detik dll. Itu dia punya team SEO nya sendiri untuk penyebaran berita mereka agar meluas dan selalu muncul. Di halaman 1 google sementara kita di tagar tidak punya team SEO nya sendiri, Team itu Redaktur itu udah merangkap menjadi SEO nya juga supaya berita nya menjadi di halaman 1 google maka gak heran kalo tagar itu jarang muncul di halaman 1 google mungkin di halaman 2 atau 3 munculnya karena. Di halaman itu penuh dengan media - media gede yang punya team

SEO nya sendiri nah yang kesulitan kedua itu kita juga kekurangan personil untuk berita-berita yang ada di lapangan.

### **Berita apa saja yang disajikan di Portal Tagar.id?**

Portal Tagar.id itu menyajikan beragam informasi dari yang Trending yang dimana berita tersebut sedang diperbincangkan dan berita trending itu juga mencakup informasi dari dunia, nasional, daerah, hukum, bola, profil dan masih banyak lagi. Selain itu juga ada berita ekonomi dan bisnis, Otomotif, Teknologi serta Gaya hidup dan berita gaya hidup dibagi beberapa macam berita dari berita kesehatan, kecantikan, travel, kuliner hingga selebriti.

#### **INFORMAN 2**

Nama Narasumber : Alwin Widiyantoro

Umur 23

Perkejaan : Writers

### **Portal Berita apa saja yang biasanya kakak baca ?**

Kompas.com, Bola.net, Bola.com ,Bonsernews.com dan Tagar.id

### **Apakah Kakak tau portal berita tagar.id ?**

Tau. Jadi tagar.id itu situs web yang menyajikan beberapa informasi atau pemberitaan seputar dalam negeri maupun luar negeri.

### **Kak Tau dari mana portal berita tagar.id ?**

Awalnya tau dari temen kuliah. Jadi pas waktu itu temen saya nawarin atau ngasih tau kalo tagar.id nerima untuk anak magang. Nah yaudah kebetulan. Posisinya waktu saya emang sedang mencari untuk magang, yaudah akhirnya saya coba magang di tagar.id. Jadi saya tau dari temen terus yaudah saya coba untuk magang di situ 3 bulan.

**Sejak Kapan kakak tau portal berita tagar.id?**

Sejak pas mau magang. Bulan September 2021 tepatnya.

**Biasanya kak kalo buka tagar.id baca berita apa saja?**

Seputar olahraga, kaya misalkan sepak bola. Sama beberapa-beberapa artikel ajah, random ajah sih baca – baca beritanya.

**Bagaimana informasi berita yang di beritakan di portal tagar.id ?**

Ya sesuai dengan kaidah jurnalistik. Berupa fakta dan bukan berita hoax pastinya. Tidak menyudutkan atau merugikan pihak lain.

**Bagaimana menurut kakak bedanya portal berita tagar.id dengan portal berita yang lain?**

Bedanya kalau tagar.id ini dalam menulis berita satu hari hanya sampai 30-an ya kalau saya lihat, nah berbeda dengan portal berita yang lain, seperti kompas.com yang perharinya mungkin jumlah beritanya lebih banyak dan juga beragam jenis berita kompas.com lebih banyak di bandingkan tagar.id ini.

INFORMAN 3

Nama Narasumber : Muhammad Ihsan

Umur 22

Perkejaan : Fresh Graduate

**Portal Berita apa saja yang biasanya kakak baca ?**

**Apakah Kakak tau portal berita tagar.id ?**

Tau, tagar.id adalah sebuah portal berita yang memberikan informasi – informasi terkini dan terupdate kepada masyarakat

**Kak Tau dari mana portal berita tagar.id ?**

Dari teman saya yang membacanya sehingga saya tertarik untuk membaca berita atau mencari informasi di tagar.id

**Sejak Kapan kakak tau portal berita tagar.id?**

Sejak 2022 saya tau tentang tagar.id

**Biasanya kak kalo buka tagar.id baca berita apa saja?**

Lebih ke berita terkini si yang terjadi di Indonesia seperti kasus – kasus atau berita yang sedang viral

**Bagaimana menurut kakak bedanya portal berita tagar.id dengan portal berita yang lain?**

Yang saya lihat tagar.id ini termasuk salah satu media yang memberikan berita terbaru dan cara mereka dalam menyampaikan informasinya selalu up-to-date

INFORMAN 4

Nama Narasumber : Kartika Sandhi

Umur 21

Perkejaan : Mahasiswi

**Portal berita apa saja yang biasanya kakak baca?**

Jawaban: Kompas.com, Tvonenews.com, Suara.com dan tagar.id.

**Apakah kak tau portal berita tagar.id**

Jawaban: Tau portal media tagar adalah portal media yang menyajikan informasi berita melalui media online, dan saya lihat juga portal tagar juga memiliki sosial media Instagram dan juga youtube

**Tau dari mana portal berita tagar.id?**

Jawaban: saya portal berita tagar saat sedang mencari contoh berita untuk tugas kuliah saya secara random

**Sejak kapan kamu tau portal berita tagar.id?**

Jawaban: Saat tahun 2022

**Biasanya kak kalo buka portal berita tagar.id baca berita apa saja?**

Jawaban: Kalo saya saat itu baca berita yang terkini atau sedang trending ya kalo kan saat itu saya juga sedang mencari contoh berita untuk tugas saya ini

**Bagaimana informasi berita yang di beritakan di portal tagar.id?**

Jawaban: Informasi yang disajikan ditagar si menurut saya tidak terlalu banyak ya, karena bisa diliat saja berita yang di sajikan sudah memberikan informasi yang diperlukan oleh masyarakat

**Bagaimana menurut kamu bedanya portal berita tagar.id dengan portal berita yang lain?**

Jawaban: Nah kalo untuk bedanya menurut saya ada di penulisannya,kalo untuk di tagar mereka tidak terlalu banyak slide soalnya setiap saya melihat portal berita yang lain mereka menyajikan berita per slide gitu jadi untuk membacanya juga harus klik slide berikutnya



LAMPIRAN 2

LEMBARAN PERMOHONAN PENELITIAN DAN INFORMASI DATA



**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)

Nomor : 66 /WD/ I /2023 Jakarta, 10 Januari 2023  
Lamp : -  
Perihal : Permohonan Penelitian dan Informasi Data

Kepada Yth : Siti Afifyah Pimpinan Redaksi Tagar.Id

Dengan hormat,

Bersama ini kami perkenalkan dengan hormat mahasiswa di bawah ini:

Nama : Iskandar Isnan  
Nomor Induk Mahasiswa : 193516516233  
Prodi/Konsentrasi : Ilmu Komunikasi / Jurnalistik  
Alamat Rumah : Jl.HM.Sabar Rt03 Rw01 Kelurahan Rambutan  
Kecamatan Ciracas Jakarta Timur  
HP : 087763693695

Mahasiswa tersebut bermaksud melakukan penelitian dalam rangka penyusunan Skripsi dengan Judul:Strategi Redaksi Dalam Penyajian Berita Portal Tagar.id di Era Digital Dengan Dosen Pembimbing :.Dr.Dwi Kartikawati, S.,Sos.,M.,Si

Sehubungan dengan hal tersebut, mohon kiranya Bapak/Ibu dapat memberikan bantuan seperlunya.

Demikian atas perhatiannya dan kerjasama Bapak/Ibu kami ucapkan terima kasih.



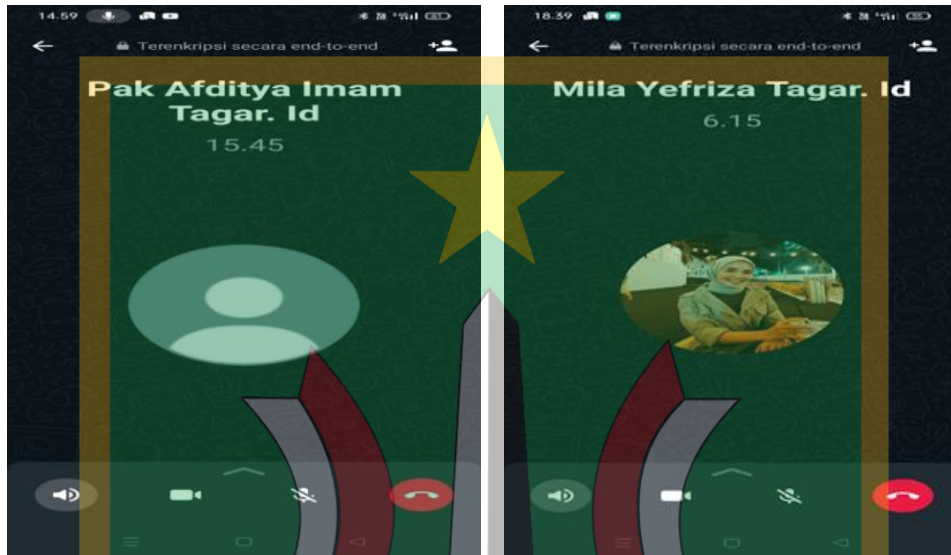
Wakil Dekan,

Dr. Bhakti Nur Avianto, M.Si

### LAMPIRAN 3

#### DOKUMENTASI WAWANCARA DENGAN INFORMAN

VIA Telepon dengan (Pak Afditya) VIA Telepon dengan (Kak Mila)



VIA Telepon dengan (Kartika Sandhi) VIA Chat degan Kak (Alwin)



VIA Chat dengan (Kak Isan)



## LAMPIRAN 4

### SKPI

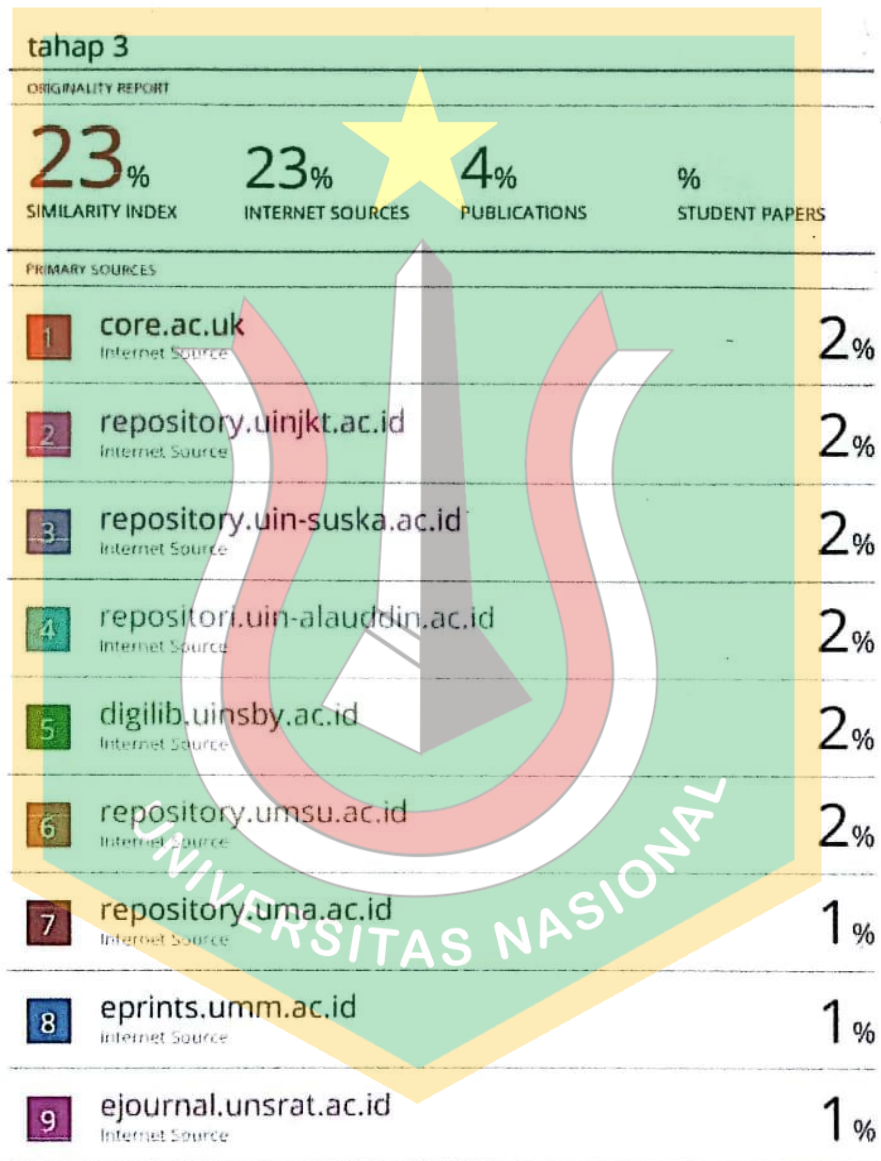
| SKPI-UNAS                        |   |   |                  |      |         |           |       | ISKANDAR ISNAN |  |
|----------------------------------|---|---|------------------|------|---------|-----------|-------|----------------|--|
| DATA SKPI - UNIVERSITAS NASIONAL |   |   |                  |      |         |           |       |                |  |
| Tambah Data SKPI                 |   |   |                  |      |         |           |       |                |  |
| Nomor                            | Uraian Kegiatan   | Uraian Kegiatan (In English)  | Jenis Kompetensi | Skor | Dokumen | Status    | Tools |                |  |
| 1                                | Strategi Meningkatkan Komunikasi Digital Untuk Memperkuat Masyarakat dalam Kenormalan Baru                                    | Strategies to Improve Digital Communications to Strengthen Society in the New Normal  | KPL              | 200  |         | Disetujui | ✓     |                |  |
| 2                                | I-Expo 2020 "Era Fotografi Digital"   | I-Expo 2020 "Digital Photography Era"   | KPL              | 200  |         | Disetujui | ✓     |                |  |
| 3                                | Pengenalan lingkungan dan budaya akademik   | Introduction to academic environment and culture  | KPT              | 200  |         | Disetujui | ✓     |                |  |
| 4                                | Membangun Harmonisasi Nilai-Nilai Berbangsa Dan Bernegara Pada Generasi Milenial  | Building Harmonization of National and State Values in the Millennial Generation  | KPL              | 100  |         | Disetujui | ✓     |                |  |
| 5                                | Pengaruh Konsep Diri Terhadap Perilaku Komunikasi Dalam Sebuah Lingkungan Baik Dan Sehat Berdasarkan Norma Hukum yang Berlaku | Influence Self-Concept on Communication Behavior in a Good and Healthy Environment Based on Applicable Legal Norms                                      | KPL              | 100  |         | Disetujui | ✓     |                |  |
| 6                                | Strategi komunikasi TNI AL dalam meningkatkan Hubungan Masyarakat Melalui Media   | TNI AL communication strategy in improving public relations through the media   | KPL              | 100  |         | Disetujui | ✓     |                |  |
| 7                                | DALAM KEGIATAN WEBINER NASIONAL "STUDIO JURNALIS" DENGAN TEMA "BE A GOOD JOURNALIST IN DIGITAL ERA"                           | NATIONAL WEBINAR ACTIVITIES "JOURNALIST STUDIO" WITH THEME "BE A GOOD JOURNALIST IN DIGITAL ERA"  | KPL              | 100  |         | Disetujui | ✓     |                |  |
| 8                                | DALAM KEGIATAN WEBINAR NASIONAL "STUDIO JURNALIST 2.0" DENGAN TEMA " THE BIGGEST CHALLENGE OF JOURNALIST IN DIGITAL ERA"      | IN NATIONAL WEBINAR ACTIVITIES "STUDIO JURNALIST 2.0" WITH THEME "THE BIGGEST CHALLENGE OF JOURNALIST IN DIGITAL ERA"                                   | KPL              | 100  |         | Disetujui | ✓     |                |  |
| 9                                | Webiner Sosialisasi Budaya Sensor mandiri dengan tema "Pensensoran dan Daya Saing Tv Lokal di Era Digitalisasi Penyiaran"     | Independent Censorship Culture Socialization Webiner with the theme "Censorship and Competitiveness of Local TV in the Broadcasting Digitalization Era" | KPL              | 100  |         | Disetujui | ✓     |                |  |
| 10                               | Kiat Sukses Belajar Bahasa Jepang dari Nol Sampai Mahir dan Sukses Bekerja di Jepang  | Tips for Success in Learning Japanese from Zero to Advanced and Successfully Working in Japan   | KPL              | 200  |         | Disetujui | ✓     |                |  |
| 11                               | Diskusi Hasil Penelitian tentang kepercayaan Publik terhadap Media Arus Utama di Masa Pandemi Covid 19                        | Discussion of Research Results on Public Trust in Mainstream Media during the Covid 19 Pandemic   | KPL              | 200  |         | Disetujui | ✓     |                |  |

|                     |       |
|---------------------|-------|
| <b>Jumlah Skor</b>  |       |
| KPP                 | :0    |
| KPL                 | :1400 |
| KPT                 | :200  |
| Skor yang Disetujui | :1600 |

LAMPIRAN 5

TURNITIN



## LAMPIRAN 6

### KONSULTASI BIMBINGAN TUGAS AKHIR

Dashboard

ISKANDAR ISNAN

#### Konsultasi Bimbingan Tugas Akhir

Dashboard / Bimbingan Tugas Akhir

Dosen Pembimbing 1  
**Dr. Dwi Kartikawati, S.Sos., M.Si.**

Dosen Pembimbing 2

Status: **Disetujui!**

Tata Cara Penggunaan

Laporan Bimbingan Tugas Akhir

+ Tambah Konsultasi Tugas Akhir

Show 10 entries

Search:

| No | Judul   | Tanggal Upload       | Catatan DosPem               | File Dospem                       | Status   |
|----|---|----------------------|------------------------------|-----------------------------------|----------|
| 1  | Selamat malam bu berikut revisian saya bu yang baru terimakasih   | Sabtu, 15 Juli 2023  | Pembimbing 1<br>Pembimbing 2 | File Saya<br>Dospem 1<br>Dospem 2 | Terjawab |
| 2  | Selamat pagi bu berikut revisian baru saya bu terimakasih   | Selasa, 11 Juli 2023 | Pembimbing 1<br>Pembimbing 2 | File Saya<br>Dospem 1<br>Dospem 2 | Terjawab |
| 3  | Selamat malam bu dwi berikut revisian baru saya   | Sabtu, 08 Juli 2023  | Pembimbing 1<br>Pembimbing 2 | File Saya<br>Dospem 1<br>Dospem 2 | Terjawab |
| 4  | Selamat malam bu berikut revisian saya yang baru  | Selasa, 04 Juli 2023 | Pembimbing 1<br>Pembimbing 2 | File Saya<br>Dospem 1<br>Dospem 2 | Terjawab |
| 5  | Berikut revisian saya yang baru bu  | Senin, 26 Juni 2023  | Pembimbing 1<br>Pembimbing 2 | File Saya<br>Dospem 1<br>Dospem 2 | Terjawab |
| 6  | Assalamualaikum bu dwi saya sudah mengirim revisian saya sebelumnya   | Selasa, 06 Juni 2023 | Pembimbing 1<br>Pembimbing 2 | File Saya<br>Dospem 1<br>Dospem 2 | Terjawab |
| 7  | Assalamualaikum bu berikut revisian baru saya   | Minggu, 14 Mei 2023  | Pembimbing 1<br>Pembimbing 2 | File Saya<br>Dospem 1<br>Dospem 2 | Terjawab |
| 8  | Harusnya ada teori pengaruh isi media dr shoemaker dr mulai di bab 2... (klo bs ditambahin dan di babnya di analisis Level individu Rutinitas media DII<br><br>Bagian bab 4 isisnya<br>1. Profil perusahaan<br>2. Profil portal tagar id<br>3. Profil.infoman lengkap..mulai dr dia mulai kapan bekerja di sana..tugasnya bagian apa dan relevansinya | Jumat, 14 April 2023 | Pembimbing 1<br>Pembimbing 2 | File Saya<br>Dospem 1<br>Dospem 2 | Terjawab |

UNIVERSITAS NASIONAL

## DAFTAR RIWAYAT HIDUP

### 1.Data Pribadi

Nama : Iskandar Isnan

NPM : 193516516233

T.T.L : Jakarta, 22 November 1999

Jenis Kelamin : Laki-laki

Alamat : Jl. H.M Sabar RT03 Rw01 Kelurahan Rambutan Jakarta Timur

Telepon/HP : 087763693695

Kewarganegaraan : Indonesia

Agama : Islam

### 2.Data Sekolah

2006 - 2013: SD Negeri Rambutan 01

2013 - 2016: SMP Wijawa Kusuma

2016 - 2019: SMK Islam PB Sudirman 1

2019 - 2023: Universitas Nasional (Ilmu Komunikasi)

