

## DAFTAR PUSTAKA

### BUKU

- Asdani Kindarto. (2018) *Belajar Sendiri YouTube*. Jakarta: PT Elex Media Komputindo.
- Bungin, Burhan. (2007) *Penelitian Kualitatif: Komunikasi, Ekonomi, Kebijakan Publik, dan Ilmu Sosial Lainnya*. Jakarta: Prenada Media Group.
- Budayatna, Muhammad. (2006) *Jurnalistik Teori dan Praktek*. Bandung: Rosda.
- Djuroto, Totok. (2004) *Manajemen Penerbitan Pers*. Bandung: Remaja Rosdakarya.
- Emzir. (2016) *Metode Penelitian Kualitatif: Analisis Data*. Jakarta: RajaGrafindo Persada.
- Irwansyah. (2016) “*eksistensi Komunitas Waria di Tengah Perkembangan Media Informasi(Facebook) di Kota Palembang*” *Skripsi Jurusan Jurnalistik*. Palembang: perpustakaan UIN Raden Fatah Palembang.
- Mraiya, Rita. (2010) *Pengelolaan Lingkungan Belajar*. Jakarta: Kencana.
- Mufid, Muhammad. (2015) *Etika dan Filsafat Komunikasi*. Jakarta: Kencana.
- Nasrullah, Rulli. (2015) *Media Sosial; Perspektif Komunikasi, Budaya, dan Sosiologi*. Bandung : Simbiosis Rekatama Media.
- Roni, Tabroni. (2012) *Komunikasi Politik Pada era Multimedia, Definisi Sosial Media*. Bandung: Simbiosis.
- Subrahmanyam, Kaveri & Smahel, David. (2011) *Digital Youth : The Role of Media In Development*. London: Springer.
- Sihabudin, Ahmad. 2017. *Mediamorfosis Pers di Era Digital*.
- Salim & Syahrur. (2015) *Metodologi Penelitian Kualitatif*. Bandung Citapustaka Media.
- Tambaruka, Apriyadi. (2013) *literasi media*. Jakarta: PT Raja grafindo.
- Terry, George R. (2012) *Prinsip-Prinsip Manajemen*. Jakarta: Bumi Aksara.
- Wekke, Ismail S. dkk. (2019) *Metode Penelitian Sosial*. Yogyakarta: Penerbit Gawe Buku.

## JURNAL

Mekarisce. (2020) Teknik Pemeriksaan Keabsahan Data pada Penelitian Kualitatif di Bidang Kesehatan Masyarakat. Jurnal Ilmiah Kesehatan Masyarakat. Volume. 12. Edisi. 3.

## SKRIPSI

M. Friliando Pratama”*Pengelolaan Media Sosial Instagram Oleh Humas Sebagai Media Informasi Publik Pada Pemprov Riau*” (Riau : Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau, 2020)

Rahma Ari Citra “*Pengelolaan Media Sosial Instagram Dalam Membangun Citra Lembaga*” ( Bandung : UIN Sunan Gunung Djati, 2021)

Fitri Alam Nasyroh “*Strategi Pengelolaan Instagram @Infoponorogo Sebagai Media Informasi Tentang Kabupaten Ponorogo*” ( Ponorogo : IAIN Ponorogo, 2020)

Fathia Kautsar Fikri Ananda “*Analisis manajemen redaksi dan kebikajan redaksi nal pemberitaan bulu tangkis di media daring (studi kasus di media online Detik.com, Kompas, dan Indosport.com)*” ( Yogyakarta: Universitas Islam Indonesia, 2020)

I.G.A Nyoman Tiara Sukma Melati “*Strategi Produksi Program Berita Navy News Jalasveva Jayamahe Tv Di Youtube Dalam Meningkatkan Viewers*” ( Jakarta: Universtas Nasional, 2021)

## INTERNET

<https://datareportal.com/> diakses pada tanggal 1 April 2022 pukul 14.17

<https://datareportal.com/> diakses pada tanggal 1 April 2022 pukul 14.27

<https://korporat.tempo.co/tentang/sejarah> diakses pada 4 April 2022 11:23

<https://korporat.tempo.co/tentang/sejarah> diakses pada 4 april 2022 11:24

<https://www.instagram.com/tempodotco/> diakses pada tanggal 10 Juli 2022 pukul 16.44

<https://www.tempo.co/tag/twitter> diakses pada tanggal 10 Juli 2022 pukul 16.44

<https://www.youtube.com/c/TempoVideoChannel/playlists> diakses pada tanggal 10 Juli 2022 pukul 16.44

<https://www.tempo.co/> diakses pada tanggal 10 Juli 2022 pukul 16.44

<https://www.youtube.com/c/TempoVideoChannel/playlists> diakses pada tanggal 10 Juli 2022 pukul 16.50

<https://www.youtube.com/watch?v=T5QLBOenn1I> diakses pada tanggal 10 Juli 2022 pukul 16.44

<https://www.youtube.com/watch?v=Esg5Gr3n0Uw> diakses pada tanggal 10 Juli 2022 pukul 16.52

<https://www.youtube.com/watch?v=MdG8-mjLUN0&t=11s> diakses pada tanggal 10 Juli 2022 pukul 16.52

<https://www.youtube.com/watch?v=CJIt0Oo358Q&t=11s> diakses pada tanggal 10 Juli 2022 pukul 16.55





# LAMPIRAN

## DAFTAR LAMPIRAN

### Lampiran I : Lembar Konsultasi Pembimbing

#### LEMBAR KONSULTASI PEMBIMBING SKRIPSI

Nama Mahasiswa : Muhammad Faris Qurtubi  
Nomor Pokok Mahasiswa : 183112351650253  
Program Studi/ Konsentrasi : Ilmu Komunikasi / Jurnalistik  
Judul Skripsi : Pengelolaan Media Sosial Youtube Tempo.co  
Dalam Mempertahankan Eksistensi Di Era Digital

| NO | Tanggal   | Materi Konsultasi                        | Paraf Pembimbing |
|----|-----------|------------------------------------------|------------------|
| 1  | 18-5-2022 | Revisi bab 1 sampai bab 3                |                  |
| 2  | 23-5-2022 | Konsultasi draft pertengahan wawancara   |                  |
| 3  | 1-7-2022  | Konsultasi revisi bab 1-4                |                  |
| 4  | 4-7-2022  | Konsultasi revisi bab 1-5                |                  |
| 5  | 19-7-2022 | Revisi premis bab 1-5                    |                  |
| 6  | 23-7-2022 | Konsultasi sebelum cek literatur         |                  |
| 7  | 27-7-2022 | Konsultasi perbaikan bab 1-5             |                  |
| 8  | 7-8-2022  | Konsultasi perbaikan Full Cover-lampiran |                  |
| 9  | 9-8-2022  | Acc pengumpulan Skripsi                  |                  |

Jakarta, 9 Agustus 2022

Ketua Program Studi,

Drs. Adi Prakosa, M.Si

## Lampiran II : 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 : Nursatyo, S.Sos., M.Si  
NIP/NIDN : 0303058002  
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 : M. Faris Qurtubi  
NPM : 183112351650253  
Program Studi : Ilmu Komunikasi  
Judul Proposal Skripsi : *Pengelolaan Media Sosial Youtube Tempo.co Dalam Mempertahankan Eksistensi Di Era Digital*

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.

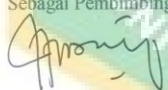
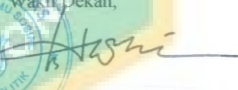
Jakarta, 13 Mei 2022

Wakil Dekan,

Dr. Bhakti Nur Avianto, M. Si.

Program Studi : Ilmu Politik - Hubungan Internasional - Sosiologi - Administrasi Publik- Ilmu Komunikasi

### Lampiran III : Surat Ketersediaan Pembimbing

|                                                                                                                                                                                                                                                                                                |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                        |
|------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
|                                                                                                                                                                                                               | <b>UNIVERSITAS NASIONAL</b><br><b>FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK</b><br><b>TERAKREDITASI BAN-PT</b><br>Jl. Sawo Manila No. 61, Pejaten, Pasar Minggu, Jakarta Selatan 12520<br>Telp. (021) 70737624, 7806700 Ext.146, Fax. 7802718-7802719<br>Homepage : <a href="http://www.unas.ac.id">http://www.unas.ac.id</a> Email : <a href="mailto:info@unas.ac.id">info@unas.ac.id</a> |
| Jakarta, 13 Mei 2022                                                                                                                                                                                                                                                                           |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                        |
| Nomor : 376/WD/V/2022                                                                                                                                                                                                                                                                          |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                        |
| Lamp : 1 (satu) Berkas                                                                                                                                                                                                                                                                         |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                        |
| Hal : Ksediaan Pembimbing Skripsi                                                                                                                                                                                                                                                              |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                        |
| Kepada Yth : Nursatyo, S.Sos., M.Si                                                                                                                                                                                                                                                            |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                        |
| Dosen Prodi Ilmu Komunikasi FISIP Universitas Nasional<br>Di Jakarta                                                                                                                                                                                                                           |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                        |
| Wakil Dekan Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Nasional, Meminta Ksedian<br>Bapak/Ibu untuk membimbing Skripsi yang disusun oleh :                                                                                                                                              |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                        |
| Nama : M. Faris Qurtubi                                                                                                                                                                                                                                                                        |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                        |
| NPM : 183112351650253                                                                                                                                                                                                                                                                          |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                        |
| Program Studi : Ilmu Komunikasi                                                                                                                                                                                                                                                                |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                        |
| Judul Proposal Skripsi : <i>Pengelolaan Media Sosial Youtube Tempo.co Dalam Mempertahankan Eksistensi Di Era Digital</i>                                                                                                                                                                       |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                        |
| Ksediaan Bapak/Ibu memberikan bimbingan secara intensif sangat kami harapkan. Diminta<br>Bapak/Ibu memberikan jawaban segera dengan memberikan tanda tangan di bawah ini dan untuk<br>menghitung beban tugas, diminta segera mengembalikannya kepada Pimpinan Fakultas melalui<br>Sekretariat. |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                        |
| Demikian, terima kasih.                                                                                                                                                                                                                                                                        |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                        |
| <del>Bersedia Tidak Bersedia</del><br>Sebagai Pembimbing.                                                                                                                                                                                                                                      | Wakil Dekan,                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                           |
| <br>Nursatyo, S.Sos., M.Si                                                                                                                                                                                  | <br>Dr. Bhakti Nur Avianto, M. Si.                                                                                                                                                                                                                                                                 |
| *coret yang tidak perlu                                                                                                                                                                                                                                                                        |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                        |
| Program Studi : Ilmu Politik - Hubungan Internasional - Sosiologi - Administrasi Publik- Ilmu Komunikasi                                                                                                                                                                                       |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                        |

## Lampiran IV : Surat Pengajuan Wawancara Youtube Tempo.co



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, 31 Mei 2022

Nomer : 427/WD/V/2022  
Lampiran : -  
Perihal : **Permohonan Penelitian dan Informasi data**

Kepada Yth :  
Pimpinan PT. Tempo Inti Media Tbk  
Di Tempat

Dengan hormat,

Bersama ini kami perkenalkan dengan hormat mahasiswa dibawah ini:

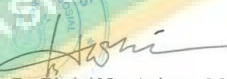
Nama : M. Faris Qurtubi  
Nomor Pokok : 183112351650253  
Semester : 8 (Delapan) / Genap  
Prodi/Konsentrasi : Ilmu Komunikasi  
Alamat : Jl. Pangkalan Jati 7 No.3A RT.05 RW.009 Jakarta Selatan  
Nomor Hp. : 0858.2617.7942

Mahasiswa tersebut bermaksud melakukan penelitian dan informasi data dalam rangka penyusunan proposal skripsi dengan judul *Pemanfaatan Media Sosial Youtube Tempo.co Dalam Mempertahankan Eksistensi Di Era Digital* dengan dosen pembimbing penanggung jawab penelitian Nursatyo, M.Si

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

Demikian atas perhatian dan kerjasamanya diucapkan terima kasih.

Wakil Dekan,

  
Dr. Bhakti Nur Avianto, M.Si

## Lampiran V : Panduan Wawancara

### Lampiran Wawancara Bersama Key Informan Atau Informan I

**Judul** : Pengelolaan Media Sosial Youtube Tempo.co Dalam Mempertahankan Eksistensi Di era digital

**Nama** : Dheayu Jihan

**Jabatan** : Produser 1 Youtube Tempo.co

**Lokasi** : Google Meet

**Hari** : Selasa 14 Juni 2022

**Waktu** : 13.00 WIB

| No. | Pertanyaan-pertanyaan                                                                                                 |
|-----|-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| 1   | Boleh perkenalkan diri serta jabatannya ?<br>Jawaban:                                                                 |
| 2   | Bagaimana sejarah bedirinyanya youtube Tempo.co dan apa alasan utama Tempo memanfaatkan Youtube ?<br>Jawaban:         |
| 3   | Apa Visi Misi Youtube Tempo.co<br>Jawaban:                                                                            |
| 4   | Bagaimana Struktur Organisasi Pada Youtube Tempo.co Sendiri<br>Jawaban:                                               |
| 5   | Apakah program pada youtube Tempo berjalan semua? Semua program apa yang megang hanya 2 produser saja?<br>Jawaban:    |
| 6   | Program apa saja yang menjadi andalan tempo.co?<br>Jawaban:                                                           |
| 7   | Youtube tempo berada pada divisi multimedia apakah media sosial lain juga termasuk?<br>Jawaban:                       |
| 8   | Yang bertanggung jawab pada youtube tempo setiap berita yang diupload tugas dari kepala divisi atau pemimpin redaksi? |

|    |                                                                                                                                                           |
|----|-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| 9  | <b>Planning/Perencanaan</b><br>Bagaimana proses perencanaan awal untuk memproduksi video dalam youtube tempo.co?<br>Jawaban:                              |
| 10 | Siapakah yang menentukan isu pada video di youtube tempo?<br>Jawaban:                                                                                     |
| 11 | Bagaimana cara tempo mempromosikan video yang telah di upload?<br>Jawaban:                                                                                |
| 12 | Apakah ada dan berapa banyak target berita pada tiap harinya yang harus diupload pada media sosial youtube Tempo.co?<br>Jawaban:                          |
| 13 | <b>Orgainizing/Pengorganisasian</b><br>Berapa SDM yang mengelola Youtube Tempo.co?<br>Jawaban:                                                            |
| 14 | Siapa saja yang bertanggung jawab dari setiap video yang dipublikasikan pada youtube Tempo.co?<br>Jawaban:                                                |
| 15 | Adakah anggaran yang dikeluarkan Tempo.co dalam membangun Youtube Tempo.co?<br>Jawaban:                                                                   |
| 16 | <b>Actuating / Pelaksanaan</b><br>Bagaimana proses membuat suatu berita pada youtube Tempo.co yang layak untuk di tayangkan di Youtube?<br>Jawaban:       |
| 17 | Menurut anda dalam meningkatkan viewers sebaiknya berita apa yang di upload oleh media sosial Youtube Tempo.co<br>Jawaban:                                |
| 18 | Fitur apa saja yang dimanfaatkan oleh Tempo dalam penyebaran informasi melalui Youtube?<br>Jawaban:                                                       |
| 19 | Visualisasi seperti apa yang biasa disajikan untuk menarik minat penonton? Atau tempo mempunyai prosedur khusus dalam mengambil visualisasi ?<br>Jawaban: |
| 20 | Pada program2 yang dijalankan adakah kriteria khusus untuk memilih narasumber?                                                                            |

|    |                                                                                                                                         |
|----|-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| 21 | <p>Bagaimana cara mempertahankan keeksistensian youtube Tempo.co di media online?</p> <p>Jawaban:</p>                                   |
| 22 | <p><b>Controlling / Pengawasan</b></p> <p>Apakah didalam menjalankan produksi video suatu berita terdapat evaluasi?</p> <p>Jawaban:</p> |
| 23 | <p>Apakah dalam mengelola youtube Tempo.co melakukan qc?</p> <p>Jawaban:</p>                                                            |
| 24 | <p>Menurut anda apakah strategi yang dijalankan dalam mengelola chanel youtube Tempo.co masih ada kekurangan?</p> <p>Jawaban:</p>       |
| 25 | <p>Bagaimana kedepannya strategi pengelolaan yutube tempo.co dalam mempertahankan eksistensi?</p> <p>Jawaban:</p>                       |

### Perkenalan Informan

#### 1. Boleh perkenalkan diri serta jabatannya

Ya nama saya Dheayu Jihan disini saya sebagai Produser 1 youtube Tempo.co

### Gambaran Umum Youtube Tempo.co

#### 2. Bagaimana sejarah bedirinyanya youtube Tempo.co dan apa alasan utama Tempo memanfaatkan Youtube ?

Oke jadi sejarahnya channel youtube Tempo.co itu dibentuk pada tahun 2014 tepatnya 13 desember dengan nama awalnya Tempo politik Channel tapi setelahnya berubah menjadi Tempo.co sesuai dengan identitas perusahaan Tempo.co, tujuan dan alasan memanfaatkan youtube itu bisa mendukung tranformasi digital yang dijalankan Tempo media Group kemudian arahnya kedepannya lagi bisa mendapatkan bisnis juga monetize dari konten konten yang ada di youtube sehingga tempo media group tidak bertumpu kepada iklan media cetak namun juga iklan iklan yang ada di konten youtube.

**3. Apa Visi Misi Youtube Tempo.co**

Oke jadi kalo visi misi Youtube Tempo.co ketika pembuatan youtube Tempo.co sendiri itu saya belum bergabung ya tapi secara umum yang dikembangkan sampai sekarang visinya ada menjadi etalase berita berita majalah dan koran Tempo.co dalam bentuk audio visual dengan kontennya yang tidak hanya trending namun juga lebih mendalam dan eksklusif kemudian selain itu Youtube Tempo.co mengusung semangat kolaborasi sehingga banyak sekali kerjasama dengan influencer diluar. Lalu misinya adalah konten yang ada di youtube tempo.co harus menyerukan sesuatu yang selaras dengan nilai Tempo dimana kita pro terhadap lingkungan hijau, kesetaraan gender, penegakan hak asasi manusia serta anti korupsi jadi nilai nilai itu yang pengen di usung didalam Youtube Tempo.co sehingga berbeda dengan Youtube dari non media terutama keunggulan dari Youtube Tempo.co berita yang mengedepankan nilai nilai investigasi.

**4. Bagaimana Struktur Organisasi Pada Youtube Tempo.co Sendiri**

Baik Youtube Tempo ini dibawah naungan Multimedia kalo ditarik lagi keatas dibawah PT. Info Media Digital, PT ini adalah induk perusahaan dari Tempo.co jadi Holdingnya adalah IMD kemudian nama medianya adalah Tempo.co didalam Tempo.co ada kanal multimedia divisi multimedia bertanggungjawab pada pembuatan konten Youtube dan Website.

**5. Apakah program pada youtube Tempo berjalan semua? Semua program apa yang megang hanya 2 produser saja?**

Tidak semua program yang ada di playlist itu jalan semua Cuma tinggal beberapa doang, kemarin juga kita baru dapat kritik kalo kita terlaku banyak program jadi perlu dirampingkan supaya penonton ga bingung. Jadi untuk program yang masih jalan itu ada 7 yang pertama ada Tempo daily, Program Opini, Program ada apa hari ini, Program cakap cakap, Program Layar bersama Leila chudori, Program Tempo explained, Program dibalik berita majalah Tempo ( investigasi ), Iya 2 produser saja yang memegang dari program tersebut.

**6. Program apa saja yang menjadi andalan tempo.co?**

Yang menjadi andalan Tempo.co yaitu program ada apa hari ini, ada apa hari ini jadi berita yang mengemukakan isu terkini berdasarkan sosial media trending atau Google trend kemudian dikemas dengan story telling anak muda tidak hanya sekedar foto motion lalu program daily itu memang sudah harus kewajiban apapun yang terjadi, program tersebut harus ada terus sih

dengan dikemas foto motion dan video motion tidak ada reportase kelapangan berbeda dengan program ada apa hari ini itu ada elememnya lengkap oncame reporternya kemudian wawancara narasumber kita sering reportase langsung kelapangan durasinya 5 menit,tapi itu sih program yang menjadi andalan Tempo.co saat ini

**7. Youtube tempo berada pada divisi multimedia apakah media sosial lain juga termasuk?**

Oh **engga** jadi **kanal multimedia** itu hanya **memegang** sosial youtube tempo.co dan Websitenya saja. media sosial lain ada kanal nya sendiri yaitu audiens development jadi itu **masih** dibagi perkanal jadi kaya majalah tempo koran tempo punya sendiri **masing masing** tapi itu semua dibawah itu audiens development.

**8. Yang bertanggung jawab pada youtube tempo setiap berita yang diupload tugas dari kepala divisi atau pemimpin redaksi?**

Kalo yang bertanggung jawab pada video yang diupload jadi setelah video jurnalis telah membuat lalu mengajukan ke produser untuk di approve setelah dari produser ke kepala kanal yaitu saya untuk di approve setelah itu mereka sudah bisa upload ke yuoutube, namun nanti yang publish adlah produsernya.

**Planning / Perencanaan**

**9. Bagaimana proses perencanaan awal untuk memproduksi video dalam yutube tempo.co?**

Untuk perencanaannya kami di Tempo.co pada perencanaanya terdapat 2 kali rapat atau 2 shift. Rapat pertama itu **keseluruhan** setiap kanal yang bisa disebut dengan rapat news **setiap** pagi jam 6 melakukan presentasi bersama pemimpin redaksi, hari ini mau bikin apa dan penugasannya apa. Nah lalu rapat kedua dilakukan jam 8 setelah rapat pertama bersama pemimpi redaksi selesai. kepala kanal kami yaitu multimedia memonitor tim tuh pada rapat pagi itu mengejar berita yang lagi trending itu kami harus memilih semua bahan berita yang telah dipresentasi kepada pemimpin redaksi yang menarik untuk dijadikan berita itu apa.

**10. Siapakah yang menentukan isu pada video di youtube tempo?**

Yang menentukan isu pada youtube tempo itu ya sebenarnya usulan ya dari beberapa reporter videographer dibahas di lingkup kecil disepakati atau

tidak di tim multimedia ketika disepakati kita bikin angle nya kemudian dari situ pertugas yang mengikuti rapat editorial yang jam 6 dan jam 8 itu akan mengusulkan kepada redaktur eksekutif dan pemred itu disetujui atau tidak kalo disetujui langsung di produksi.

**11. Bagaimana cara tempo mempromosikan video yang telah di upload?**

Sejauh ini yang kami lakukan setiap mau upload video liputan kami ada bikin kaya cuplikan gitu contoh berita investigasi panjang nih 15 menit, nah itu kami bikin video cuplikan gitu untuk disebar dimedia sosial tempo.co seperti Instagram reels untuk cuplikan sedangkan kalau mau tonton yang lengkap ya di youtube tempo.co nya langsung.

**12. Apakah ada dan berapa banyak target berita pada tiap harinya yang harus diupload pada media sosial youtube Tempo.co?**

Kalo di Tempo.co itu untuk saat ini outputnya ada video daily dan weekly, video daily 15 berita dalam satu hari biasanya mengambil berita yang sedang viral pada saat itu juga dan dikerjakan oleh para editor langsung mereka olah mereka edit lalu dikasih label Tempo.co juga narasi caption didalam videonya teman teman video editor bisa mengambil video dari contohnya sosmed mana saja lalu mereka tinggal edit dengan informasi terbaru lalu mereka upload itu aja sih karena kan itu video singkat 1 menit / 2 menit teman editor terdapat 3 orang masing masing buat 5 berita.

**Organizing / Pengorganisasian**

**13. Berapa SDM yang mengelola Youtube Tempo.co?**

SDM Youtube Tempo.co pada divisi saya pemegang konten berita totalnya kalo dari urutan kepala kanal 1 yang berfungsi mengatur anggota Tim terhadap program yang dijalankan ,lalu produser terdapat 2 yang berfungsi sebagai mengatur program didalamnya terus kemudian reporter video 4 yang bertugas sebagai menyampaikan isu kepada masyarakat, ditambah video editor 3 mencari footage segala hal soal editing video, total 10 orang itu.

**14. Siapa saja yang bertanggung jawab dari setiap video yang dipublikasikan pada youtube Tempo.co?**

Biasanya untuk setiap program itu ada tim nya ya walaupun kita kita juga sebenarnya, ada reporter lalu produser, tapi di credit tittle memang

penanggung jawabnya sampai atas ya kepala kanal, pemred, wapemred tapi secara efektif kerja ya hanya sampai produser lah paling tinggi penanggung jawabnya.

**15. Adakah anggaran yang dikeluarkan Tempo.co dalam membangun Youtube Tempo.co?**

Untuk anggaran paling sih anggaran untuk liputan keluar kota jadi itu bukan anggaran untuk membesarkan youtubenya sih, anggaran itu untuk membuat konten liputannya.

**Actuating / Pelaksanaan**

**16. Bagaimana proses membuat suatu berita pada youtube Tempo.co yang layak untuk di tayangkan di Youtube?**

Kalo kami budayanya riset jadi produser disini setelah kami riset kami presentasi ke atasan kami untuk liputan apa nih narsumbernya siapa angle nya kemana dan segala macamnya apalagi untuk liputan keluar kota itu lebih detail lagi menjelaskannya, setelah riset, presentasi kemudian jalan liputan ambil gambar wawancara lalu masuk editing hasil editing pertama akan di review lagi oleh produsernya ini kalo langsung oke bisa upload di youtube langsung.

**17. Menurut anda dalam meningkatkan viewers sebaiknya berita apa yang di upload oleh media sosial Youtube Tempo.co**

ada 2 pandangan soal ini kita tempo.co, biasanya kita angkat berita yang pembawaanya lebih ringan, to the point karna selama ini kan tempo dikenal sebagai media investigasi tapi ada juga yang berpandangan Tempo dikenal dengan liputan liputan yang mendalam, investigatif jadi yang dilakukan tempo sekarang ya mewujudkan 2 itu sih

**18. Fitur apa saja yang dimanfaatkan oleh Tempo dalam penyebaran informasi melalui Youtube?**

Sejauh ini sih selain upload video pada feeds youtube, Tempo.co juga memanfaatkan fitur lain. baru live streaming selain upload video kalo youtube short kamu belum kesitu sih, tenaga nya belum ada.

**19. Visualisasi seperti apa yang biasa disajikan untuk menarik minat penonton? Atau tempo mempunyai prosedur khusus dalam mengambil visualisasi ?**

Visual itu harus selaras dengan cerita, visual yang banyak dicari penonton itu kan video visualisasinya investigasinya tempo, dari teknik di dediting

dengan ada caption motion graphic keterangan nama dan jabatan narasumber, intinya informasi pentingnya dapat, dan tidak sampai melanggar etika.

**20. Pada program2 yang dijalankan adakah kriteria khusus untuk memilih narasumber?**

Pemilihan kriteria narasumber Tempo itu mempunyai karakter berdasarkan programnya ya jadi setiap programnya itu mempunyai kriteria narasumber tergantung mau mengangkat isu apa kita pasti bikin kriteria narasumber. Jadi hal hal yang veluenya ada tentang isu tersebut kita akan wawancara. Sehingga kita mendapatkan informasi yang akurat.

**21. Bagaimana cara mempertahankan keeksistensiannya youtube Tempo.co di media online?**

Kami sih sejauh ini masih mencari formula ya mencari strategi yang cocok dan pas untuk melakukan kerja kerja multimediana itu, sekarang fokusnya gimana mencari format yang cocok agar youtube tempo.co terus bisa eksis pada youtube.

**Controlling / Pengawasan**

**22. Apakah didalam menjalankan produksi video suatu berita terdapat evaluasi?**

Kami sistem evaluasinya secara berkala ya tidak setelah video diunggah, kan itu ada rapat rutin kanal multimedia jadi itu dijadikan buat evaluasi juga salah satunya evaluasi video . ya tentunya ada kepala kanal produser cameramen.

**23. Apakah dalam mengelola youtube Tempo.co melakukan qc?**

Jadi qc dilakukan di setiap program, yang bertugas qc adalah produser jadi produser itu melakukan qc terlebih dahulu sebelum dilakukan qc oleh saya jadi qc nya berlapis, jadi qc tidak perlu sampai ke pemred kecuali video yang kolaborasi luar negeri atau hal yang sensitif. Kalo yang regular cukup sampai kanalnya saja.

**24. Menurut anda apakah strategi yang dijalankan dalam mengelola chanel youtube Tempo.co masih ada kekurangan?**

Masih cukup banyak sih seperti sinergi antara tim youtube dan tim sosmed itu walaupun kita udah berkomunikasi tapi belum maksimal yaa. Kaya harusnya nih masukan dari kami bikin promo dikerjakan oleh mereka itu kekurangan dari strategi promo, kalo dari strategi konten kami masih jauh

dari secara SDM itu yang menjadi kekurangan kami. Jadi program2 kadang suka terbengkalai. Masalah utama SDM.

**25. Bagaimana kedepannya strategi pengelolaan youtube tempo.co dalam mempertahankan eksistensi?**

Sebenarnya sih youtube tempo.co sendiri sih belum memuaskan dari segi viewers like dan subscribe mesti harus dikejar, kami masih terus mencoba formula yang pas bagaimananya dan sudah beberapa strategi kita lakukan , kami juga mendapat masukan mengobrol bersama konsultan youtube dan memberi masukan cara efektifan kerja dan untuk mengumpulkan banyak penonton itu dengan jangan terlalu banyak program kan kami tempo banyak sekali programnya, masukkan dari konsultan itu coba dipilih program yang paling unggul untuk diseriusin kesana , nah sekarang kami lagi memfokuskan itu.



## Lampiran Wawancara Bersama Informan II

**Judul** : Pengelolaan Media Sosial Youtube Tempo.co Dalam Mempertahankan Eksistensi Di era digital

**Nama** : Harfin Naqsyabandy

**Jabatan** : Produser 2 Youtube Tempo.co

**Lokasi** : Kopi Nako Bogor

**Hari** : Selasa 14 Juni 2022

**Waktu** : 19.00 WIB

| No | Pertanyaan-pertanyaan                                                                                                            |
|----|----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| 1  | Boleh perkenalkan diri serta jabatannya<br>Jawaban:                                                                              |
| 2  | <b>Planning / Perencanaan</b><br>Bagaimana proses perencanaan awal untuk memproduksi video dalam youtube tempo.co?<br>Jawaban:   |
| 3  | Siapa saja yang bertanggung jawab dari setiap video yang di publikasikan pada youtube Tempo.co?<br>Jawaban:                      |
| 4  | Bagaimana cara tempo mempromosikan video yang telah di upload?<br>Jawaban:                                                       |
| 5  | Apakah ada dan berapa banyak target berita pada tiap harinya yang harus diupload pada media sosial youtube Tempo.co?<br>Jawaban: |
| 6  | <b>Organizing / Pengorganisasian</b><br>Berapa SDM yang mengelola Youtube Tempo.co?<br>Jawaban:                                  |
| 7  | Siapa saja yang bertanggung jawab dari setiap video yang dipublikasikan pada youtube Tempo.co?<br>Jawaban:                       |
| 8  | Adakah anggaran yang dikeluarkan Tempo.co dalam membangun Youtube Tempo.co?                                                      |

|    |                                                                                                                                                         |
|----|---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| 9  | <b>Actuating / Pelaksanaan</b><br>Bagaimana proses membuat suatu berita pada youtube Tempo.co yang layak untuk di tayangkan di Youtube?<br>Jawaban:     |
| 10 | Menurut anda dalam meningkatkan viewers sebaiknya berita apa yang di upload oleh media sosial Youtube Tempo.co<br>Jawaban:                              |
| 11 | Fitur apa saja yang dimanfaatkan oleh Tempo dalam penyebaran informasi melalui Youtube<br>Jawaban:                                                      |
| 12 | Visualisasi seperti apa yang biasa disajikan untuk menarik minat penonton? Atau tempo mempunyai prosedur khusus dalam mengambil visualisasi<br>Jawaban: |
| 13 | Pada program2 yang dijalankan adakah kriteria khusus untuk memilih narasumber?<br>Jawaban:                                                              |
| 14 | Bagaimana cara mempertahankan keeksistensian youtube Tempo.co di media online?<br>Jawaban:                                                              |
| 15 | <b>Controlling / Pengawasan</b><br>Apakah didalam menjalankan produksi video suatu berita terdapat evaluasi?<br>Jawaban:                                |
| 16 | Apakah dalam mengelola youtube Tempo.co melakukan qc?<br>Jawaban:                                                                                       |
| 17 | Menurut anda apakah strategi yang dijalankan dalam mengelola chanel youtube Tempo.co masih ada kekurangan?<br>Jawaban:                                  |
| 18 | Bagaimana kedepannya strategi pengelolaan yutube tempo.co dalam mempertahankan eksistensi?<br>Jawaban:                                                  |

### Perkenalan Informan

#### 1. Boleh perkenalkan diri serta jabatannya

Nama saya Harfin jabatan saya disini sebagai produser 2 pada youtube Tempo.co.

## **Planning / Perencanaan**

**2. Bagaimana proses perencanaan awal untuk memproduksi video dalam youtube tempo.co?**

Jadi di youtube tempo.co sendiri itu setiap pagi ada rapat dimana seluruh kanal diantaranya kanal youtube video setiap hari akan presentasi mau bikin apa progresnya sampai mana dan diluar rapat harian kami ada meeting rutin untuk membicarakan audio liputan kondisi tim misalnya minggu kemaren pasangan siapa minggu ini bisa berubah.

**3. Siapa saja yang bertanggung jawab dari setiap video yang di publikasikan pada youtube Tempo.co?**

-

**4. Bagaimana cara tempo mempromosikan video yang telah di upload?**

Pastinya dengan cara lewat media sosial untuk mempromosikannya Tempo mempunyai media sosial selain Youtube ketika sudah jadi konten berita biasanya seperti lewat media sosial Instagram dengan menyalin link tautan berita dan dipasang di instastory

**5. Apakah ada dan berapa banyak target berita pada tiap harinya yang harus diupload pada media sosial youtube Tempo.co?**

Target berita pada youtube Tempo.co terdapat daily (harian) yang mempunyai target 15 berita untuk di upload pada tiap harinya dan weekly (mingguan) yang mempunyai target 3 berita untuk di upload.

## **Organizing / Pengorganisasian**

**6. Berapa SDM yang mengelola Youtube Tempo.co?**

SDM yang dimiliki dalam mengelola Youtube Tempo itu terdapat dari kami tim produksi konten ( multimedia ) SDM Youtube Tempo.co pada produksi konten terdapat kepala divisi 1 lalu produser terdapat 2 terus kemudian reporter video 4 ditambah video editor 3.

**7. Siapa saja yang bertanggung jawab dari setiap video yang dipublikasikan pada youtube Tempo.co?**

-

**8. Adakah anggaran yang dikeluarkan Tempo.co dalam membangun Youtube Tempo.co?**

kalo anggaran tentu saja ada tapi kalo anggaran itu kan perkonten atau per episode atau per program biasanya itu kita ngitung budget produksi. Tapi ini saya tidak bisa menyampaikan ya nominal nya berapa budget produksi gitu.

**Actuating / Pelaksanaan**

**9. Bagaimana proses membuat suatu berita pada youtube Tempo.co yang layak untuk di tayangkan di Youtube?**

Prosesnya ya melalui tadi sih picing rapat liputan lslu turun kelapangan mencari segala macam informasi tentang hal tersebut yang akurat trus masuk editing kemudian siap di tayangkan.

**10. Menurut anda dalam meningkatkan viewers sebaiknya berita apa yang di upload oleh media sosial Youtube Tempo.co**

Dalam meningkatkan viewers Tempo memakai berita yang lagi trending bisa berita politik, hukum criminal, bisa masalah sosial lingkungan tergantung yang lagi trending pada saat itu.

**11. Fitur apa saja yang dimanfaatkan oleh Tempo dalam penyebaran informasi melalui Youtube?**

Youtube Tempo memanfaatkan salah satunya fitur Live streaming pada youtube penyebaran informasi harian maupun mingguan.

**12. Visualisasi seperti apa yang biasa disajikan untuk menarik minat penonton? Atau tempo mempunyai prosedur khusus dalam mengambil visualisasi ?**

-

**13. Pada program2 yang dijalankan adakah kriteria khusus untuk memilih narasumber?**

-

**14. Bagaimana cara mempertahankan keeksistensian youtube Tempo.co di media online?**

Caranya ya dengan danya digital marketing dan juga prmosoi lewat sosial media kita juga ada upaya untuk add promosi kemudian ada hal hal kita blst ke whastap grup

### **Controlling / Pengawasan**

- 15. Apakah didalam menjalankan produksi video suatu berita terdapat evaluasi?**

Sejauh ini setiap kami ada rapat turin divisi multimedia itu kami selalu kasih kasukan evaluasi atau ide liputan lain ditampungnya di rapat rutin itu bukan hanya evaluasi doing jadinya

- 16. Apakah dalam mengelola youtube Tempo.co melakukan qc?**

-

- 17. Menurut anda apakah strategi yang dijalankan dalam mengelola chanel youtube Tempo.co masih ada kekurangan?**

-

- 18. Bagaimana kedepannya strategi pengelolaan yutube tempo.co dalam mempertahankan eksistensi?**

-



Lampiran VI : Dokumentasi Wawancara



Wawancara Bersama Informan II / Produser 2 Youtube Tempo.co Selasa 14 Juni  
2022

## Lampiran VII : Daftar Riwayat Hidup



# MUHAMMAD FARIS QURTUBI



### TENTANG SAYA

Nama saya M. Faris qurtubi, saya seorang mahasiswa aktif prodi ilmu komunikasi konsentrasi jurnalistik semester 7 di Universitas Nasional, ketertarikan saya dengan dunia photography dan videography diawali saat duduk dibangku SMA hingga sekarang. saya memiliki motivasi yang tinggi didalam meningkatkan keahlian saya pada bidang tersebut.



### KONTAK

- 085826177942  
- Farisqurtubi23@gmail.com



### KEAHLIAN

**PROFESSIONAL KEAHLIAN**

|                         |     |
|-------------------------|-----|
| - Adobe premier pro     | 70% |
| - Adobe Photoshop       | 70% |
| - Videography           | 80% |
| - Photography           | 80% |
| - Microsoft Word        | 80% |
| - Microsoft Power point | 80% |

**PERSONAL KEAHLIAN**

- Kreatifitas
- Organisasi
- Komunikasi



### PENDIDIKAN

- SMK PUSAKA 1 JAKARTA  
2015-2018 | Multimedia
- UNIVERSITAS NASIONAL  
2018-Sekarang | Ilmu Komunikasi ( Jurnalistik )



### PENGALAMAN KERJA

Bekerja sebagai Freelance fotografer/videografer Pre-wedding dan wedding.

2019 - Dokumentasi HUT PT. Arcade  
- Dokumentasi kegiatan Organisasi Front Mahasiswa Nasional (FMN)

2021 - Videographer Pre-wedding dan wedding  
Thxproject Media



### PENGALAMAN ORGANISASI

Front Mahasiswa Nasional (FMN) ranting Universitas Nasional

# tahap 1

## ORIGINALITY REPORT

25%

SIMILARITY INDEX

25%

INTERNET SOURCES

5%

PUBLICATIONS

%

STUDENT PAPERS

## PRIMARY SOURCES

|   |                                                                                                       |    |
|---|-------------------------------------------------------------------------------------------------------|----|
| 1 | <a href="http://repository.uin-suska.ac.id">repository.uin-suska.ac.id</a><br>Internet Source         | 3% |
| 2 | <a href="http://Dspace.Uii.Ac.Id">Dspace.Uii.Ac.Id</a><br>Internet Source                             | 2% |
| 3 | <a href="http://repository.fisip-untirta.ac.id">repository.fisip-untirta.ac.id</a><br>Internet Source | 1% |
| 4 | <a href="http://etheses.iainponorogo.ac.id">etheses.iainponorogo.ac.id</a><br>Internet Source         | 1% |
| 5 | <a href="http://digilib.uinsgd.ac.id">digilib.uinsgd.ac.id</a><br>Internet Source                     | 1% |
| 6 | <a href="http://digilib.iainkendari.ac.id">digilib.iainkendari.ac.id</a><br>Internet Source           | 1% |
| 7 | <a href="http://core.ac.uk">core.ac.uk</a><br>Internet Source                                         | 1% |
| 8 | <a href="http://id.scribd.com">id.scribd.com</a><br>Internet Source                                   | 1% |
| 9 | <a href="http://repo.uinsatu.ac.id">repo.uinsatu.ac.id</a><br>Internet Source                         | 1% |