

DAFTAR PUSTAKA

BUKU

Afrizal, M.A. 2016. *Metode Penelitian Kualitatif Sebuah Upaya Mendukung Penggunaan Penelitian Kualitatif dalam Berbagai Disiplin Ilmu*. Jakarta: Rajagrafindo Persada

Amin, Samsul Munir. 2018. *Jurnalistik Teori dan Praktik*. Wonosobo: Toko Cerdas Campursari.

Arikunto, Suharsimi. 2013. *Prosedur Penelitian Suatu Pengantar*. Jakarta: PT. Rineka Cipta.

Cangara, Hafied. 2013. *Perencanaan dan Strategi Komunikasi*. Jakarta: PT. Raja Grafindo Persada.

Harlie, Muhammad. 2020. *Manajemen Strategik di Era Revolusi Industri 4.0*. Yogyakarta: Deepublish.

Hikmat, Mahi M. 2018. *Jurnalistik Literary Journalism*. Jakarta: Prenadamedia Group.

Moleong, Lexy J. 2016. *Metodologi Penelitian Kualitatif*. Bandung: Remaja Rosdakarya.

Mondry. 2016. *Pemahaman Teori dan Praktek Jurnalistik*. Jakarta: Ghalia Indonesia.

Nasrullah, Rulli. 2014. *Teori dan Riset Media Siber (Cybermedia)*. Jakarta: Kencana Prenada Media Group

Romli, Asep S. M. 2015. *Jurnalistik Online: Panduan Mengelola Media Online*. Bandung: Nuansa Cendiria.

-----, 2018. *Jurnalistik Online: Panduan Mengelola Media Online (3rd ed.)*. Penerbit Nuansa Cendekia.

Sugiyono. 2016. *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*. Bandung: PT Alfabet.

-----, 2018. *Metode Penelitian Kombinasi (Mixed Methods)*. Bandung: CV Alfabeta.

Suryawati, Indah. 2011. *Jurnalistik Suatu Pengantar*. Jakarta: Ghalia Indonesia.

Sutopo, Ariesto Hadi & Adrianus, Arief. 2010. *Terampil Mengolah Data Kualitatif*. Jakarta: Kencana.

Vera, Nawiroh. 2016. *Komunikasi Massa*. Bogor: Ghalia Indonesia.

SKRIPSI

Ananda, Fathya KF. 2020. “*Analisis Manajemen Redaksi dan Kebijakan Redaksional Pemberitaan Bulu Tangkis di Media Daring (Studi Kasus di Media Online Detik.com, Kompas.com dan Indosport.com)*”. Skripsi, Yogyakarta: Universitas Islam Indonesia.

Fachreza, Muhammad. 2021. “*Analisis Isi Kredibilitas Kompas.com Dalam Pemberitaan Bencana Banjir di Kalimantan Selatan Pada Tahun 2021*”. Skripsi, Malang: Universitas Muhammadiyah.

Febry, Kevin. 2021. *“Jurnalisme Robot Dalam Pemberitaan Covid-19: Studi Kasus Kebijakan Redaksi Lokadata.id Pada Kanal Robotorial”*. Skripsi, Tangerang: Universitas Multimedia Nusantara.

Fuadiana, Rahmaningtyas. 2021. *“Kebijakan Redaksional Koran New Malang Pos Pada Rubrik Kriminal”*. Skripsi, Malang: Universitas Muhammadiyah.

Nuzula, Vivi Firdausin. 2019. *“Kredibilitas Portal Media Online Dalam Pemberitaan Peristiwa Hoaks Pengeroyokan Ratna Sarumpaet (Analisis Isi Portal Berita Detik.com dan Tribunnews.com Periode 2-8 Oktober 2018)”*. Skripsi, Malang: Universitas Muhammadiyah Malang.

Ode, Canggih Araliya A. 2014. *“Kredibilitas Pemberitaan Pada Portal Berita Online Kompas.com (Studi Analisis Isi)”*. Skripsi Makassar: UIN Alaudin Makassar.

Sasmita, Wiji A. 2019. *“Strategi Redaksi Tirto.Id Dalam Penyajian Berita Di Media Online”*. Skripsi, Surabaya: Universitas Islam Negeri Sunan Ampel.

Sekali, Eioudia Induryna BR K. 2018. *“Kredibilitas Media pada Portal Berita Online Liputan6.com dan Portal Berita Online Berbasis Jurnalisme Data Tirto.id”*. Skripsi, Malang: Universitas Brawijaya,

Setyabudi, Wimbo Aji . 2018. *“Kebijakan Redaksional Tribunstyle,com Dalam Menentukan Berita Yang Layak”*.

Skripsi, Surakarta: Universitas Muhammadiyah Surakarta.

Ulfayani, 2018. *“Strategi Kebijakan Redaksional Rubrik Ekobis Dalam Menarik Pembaca Di Makassar.Terkini.Id”*.

Skripsi, Makassar: UIN Alauddin Makassar.

Widodo, Rachmat. 2012. *“Kredibilitas Pemberitaan Pada Portal Berita Online Vivanews.com”*. Skripsi, Semarang: Universitas Diponegoro.

JURNAL ILMIAH

Budio, Sesra. 2019. *“Strategi Manajemen Sekolah”*. Jurnal Menata, 2(2), 58-59.

Kovacic, Melita Poler, dkk. 2010. *“Credibility of Traditional vs. Online New Media: A Historical Change in Journalists’ Perceptions”*. Medij. istraž. 16(1), 122.

Kusnadi, Daren & Rusdi, Farid. 2022. *“Pengaruh Persepsi Kredibilitas Vivanews terhadap Keputusan Pemilihan Portal Media Daring”*. Jurnal Kiwari, 1(2), 1.

Rachmawati, Anisa S. & Darmawan, Ferry. 2021. *“Kredibilitas Pemberitaan Distribusi Vaksin Covid-19 di Indonesia”*. Journal Riset dan Jurnalistik dan Media Digital, 1(2),107-114.

Vijati, Cakra & Setianto, Widodo Agus. 2019. “Kebijakan Redaksi Media dalam Pemberitaan Kehumasan”. Jurnal IPTEK-KOM. 21(1), 60.

INTERNET

Bayu, Dimas Jarot. 2020. *Media Daring Jadi Sumber Berita Utama Generasi Muda*. Diakses dari <https://mediaindonesia.com/humaniora/432742/ini-cara-menulis-daftar-pustakadari-jurnal-skripsi-dan-internet>, pada 17 Oktober 2021 pukul 12.05 WIB

Poskota.co.id. *Tentang Kami*. Diakses dari <https://poskota.co.id/footer#tentang-kami> , pada 06 Januari 2022, pukul 20.10 WIB

Similarweb. Diakses dari <https://www.similarweb.com/website/poskota.co.id/#overview>

-----, Diakses dari https://pro.similarweb.com/?action=report#/digitalsuite/websiteanalysis/overview/website-performance/*/999/3m?webSource=Total&key=poskota.co.id



LAMPIRAN

LAMPIRAN

SURAT KESEDIAAN PEMBIMBING SKRIPSI



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

Jakarta, 13 Mei 2022

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

Kepada Yth : Dra. Masnah, M.Si
Dosen Prodi Ilmu Komunikasi FISIP Universitas Nasional
Di Jakarta

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

Nama : Risca Cahyani Agustin
NPM : 183112351650406
Program Studi : Ilmu Komunikasi
Judul Proposal Skripsi : *Strategi Kebijakan Redaksional Poskota.co.id Dalam Menyajikan Berita Sebagai Upaya Mempertahankan Kredibilitas*

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

Demikian, terima kasih.

~~Bersedia-Tidak Bersedia~~
Sebagai Pembimbing.

Dra. Masnah, M.Si
*coret yang tidak perlu

Wakil Dekan,

Dr. Bhakti Nur Avianto, M. Si.

LAMPIRAN

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

SURAT TUGAS

No. 376/WD/V/2022

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

Nama : Dra. Masnah, M.Si
NIP/NIDN : 0302086201
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 : Risca Cahyani Agustin
NPM : 183112351650406
Program Studi : Ilmu Komunikasi
Judul Proposal Skripsi : *Strategi Kebijakan Redaksional Poskota.co.id Dalam Menyajikan Berita Sebagai Upaya Mempertahankan Kredibilitas*

Dengan ketentuan sebagai berikut :

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

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

Jakarta, 13 Mei 2022

Wakil Dekan,

Dr. Bhakti Nur Avianto, M. Si

LAMPIRAN

LEMBAR KONSULTASI PEMBIMBING SKRIPSI

Nama Mahasiswa : Risca Cahyani Agustin

Nama Pokok Mahasiswa : 183112351650406

Program Studi/ Konsentrasi : Ilmu Komunikasi/ Jurnalistik

Judul : Strategi Kebijakan Redaksional Poskota.co.id Dalam Menyajikan Berita
Sebagai Upaya Mempertahankan Kredibilitas

NO	Tanggal	Materi Konsultasi	Paraf Pembimbing
1	22/10/2021	Bimbingan Bab I, II, dan III	Me
2	03/11/2021	Bimbingan Bab I	Me
3	14/12/2021	Bimbingan Bab I dan II	Me
4	20/12/2021	Bimbingan Bab I, II, dan III	Me
5	16/07/2022	Revisi Bab I, II, III, dan pengajuan Bab IV	Me
6	28/07/2022	Revisi Bab III dan Pengajuan Bab IV	Me
7	05/08/2022	Revisi BAB III, IV, dan V	Me
8	15/08/2022	Revisi Bab IV dan V	Me

Jakarta, 15 Agustus 2022

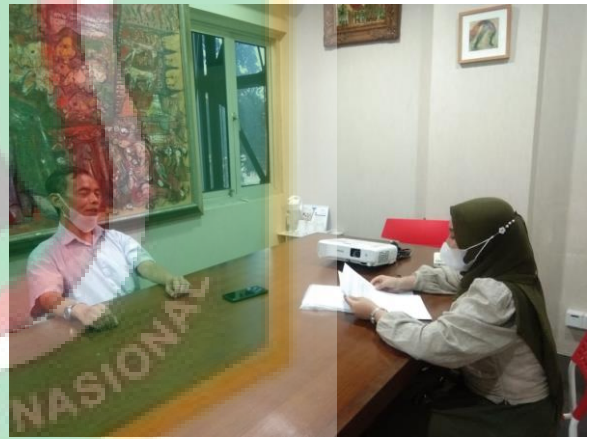
Ketua Program Studi,


Drs. Adi Prakosa, M.Si

LAMPIRAN
DOKUMENTASI



LAMPIRAN 2 DOKUMENTASI WAWANCARA BERSAMA IBU SUMIYATI (KEY INFORMAN)



LAMPIRAN 1 DOKUMENTASI WAWANCARA BERSAMA PAK TATANG SUHERMAN (INFORMAN PENDUKUNG)



LAMPIRAN 3 WAWANCARA BERSAMA MAS MUCHAMAD IRFAND (INFORMAN PENDUKUNG)

LAMPIRAN
TRANSKRIP WAWANCARA

Nama : Sumiyati (Key Informan)

Jabatan : Manajer Online Poskota.co.id

**Lokasi : Kantor Berita Harian Poskota (Jl. Kebayoran
Lama 22, Sukabumi Utara, Kebo Jeruk,
Jakarta Barat)**

Hari/tanggal : Selasa, 19 Juli 2022

Waktu : 16.35 WIB – 17.30 WIB

1. Seperti yang kita ketahui, poskota memiliki portal berita online yang bernama poskota.co.id yang tentu menaikkan berita dengan cepat dan akurat. Lantas, nilai-nilai jurnalistik seperti apa yang diterapkan oleh poskota.co.id terhadap reporternya?

Aturan baku pertama yaitu KEJ (Kode Etik Jurnalistik) yang sesuai dengan UU No. 40 Tahun 1999. Kemudian kami juga menerapkan untuk para reporter untuk mendapatkan berita dari lapangan atau tempat kejadian perkara, langsung dari narasumber (baik itu di lokasi maupun melalui sambungan telepon), dan biasanya sesuai dengan pekerjaan para reporter, misalnya seperti ditempatkan dalam kriminal, politik,

entertainment, sport, perkotaan ataupun megapolitan. Jadi misalkan wartawan bagian kriminal koordinasinya tergantung pada lokasi kejadian dan domisili wartawannya itu sendiri.

2. Apakah poskota.co.id pernah mempublikasikan suatu pemberitaan tentang akibat dari suatu peristiwa yang dapat menuai beragam asumsi?

Sering, sebab poskota.co.id terus berupaya mengikuti perkembangan dari setiap peristiwa yang terjadi tanpa memihak satu atau dua belah pihak subjek yang terlibat dalam berita. Contoh pemberitaan kebijakan pemerintah mengenai vaksin dosis 3.

3. Apakah didalam portal berita poskota.co.id menyajikan informasi mengenai peristiwa konflik atau isu memanas yang sedang ramai diperbincangkan?

Poskota.co.id berupaya untuk selalu update dalam menyajikan informasi apapun seperti berita konflik. Pemberitaan mengenai isu yang sedang memanas ataupun tentang konflik sangat sensitif jika kita tidak hati-hati dalam menuliskan informasi tersebut karena pasti dampaknya pada ketakutan akan membawa penggiringan opini publik. Maka dari itu, kami dari tim redaksi poskota.co.id selalu berupaya untuk tidak memberikan berita yang hanya menceritakan satu belah pihak

yang sedang terlibat dalam konflik. Misalnya saja tentang konflik pembunuhan polisi yang baru-baru ini terjadi. Kami terus berupaya mengupdate berita tersebut dari segala sisi berita, tidak hanya serta merta memberikan berita tentang korbannya saja.

4. Bagaimana proses pengumpulan berita dalam portal berita poskota.co.id?

Wartawan atau reporter yang ditugaskan tidak hanya satu dan nantinya mereka terbagi dalam beberapa lokasi yang saling berkoordinasi berdasarkan tempat kejadian perkara.

Jika dilihat dari contoh kasus tren ialah tentang kriminalitas yaitu mengenai baku tembak polisi. Untuk tim reporter terbagi beberapa wilayah, seperti ada yang di mabes polri untuk wawancara dengan kapolri mengenai bagaimana progressnya, ada pula yang di polres selatan yang mengambil berita mengenai bagaimana penyelidikannya, termasuk juga reporter yang sudah standby di rumahnya kepolisian.

5. Seperti apa proses penulisan berita dalam portal berita poskota.co.id?

Media online berbeda dengan media cetak, sebab ketika mereka dari karyawan media online poskota.co.id turun ke lapangan tidak perlu menggunakan 5W + 1H melainkan cukup 3W + 1H. Jadi, hanya berisikan peristiwa apa, tempatnya dimana, waktunya kapan dan itu dinamakan breaking news. Jadi, ketika

kita yang terlebih dahulu turun, baru dilakukan follow up seperti siapa korbannya, bagaimana ceritanya.

6. Pernahkah ibu menemukan penulisan berita yang masih kurangnya keakuratan data atau fakta yang ada di lapangan?

Biasanya seorang editor mengerti ketika itu tidak masuk logika, misalnya didalam suatu berita penulisan 5W+1H kurang pas, atau ketidaksesuaian pasal atau dasar hukum yang dimuat dalam penulisan berita, sehingga editor meminta wartawan untuk kembali menanyakan narasumber.

7. Dari berbagai berita yang diterima tim redaksi, Bagaimana penyuntingan berita poskota.co.id?

Berita yang didapat dari reporter masuk ke news room yang terbagi menjadi dua, yaitu media cetak dan media online yang dimiliki poskota. Untuk produksi media online poskota.co.id langsung saat itu juga ketika berita diterima, tim editor akan menurunkan dengan kecepatan yang tidak jauh berbeda dari berita yang wartawan kirim. Jadi, ketika email masuk tim editor langsung mengerjakannya. Biasanya dari wartawan ke editor yang berkewajiban membuat judul ranah SEO atau kata kunci agar muncul di hasil pencarian google. Jadi, seorang editor online harus memiliki pengetahuan SEO.

8. Bagaimana cara poskota.co.id dalam memosisikan berita yang dimuat?

Posisi berita dalam poskota.co.id disusun berdasarkan rubrik, yaitu rubrik news, rubrik megapolitan, rubrik showbiz, rubrik sport, rubrik lifestyle, rubrik otomotif, rubrik kopi pagi, rubrik berita khusus BJB, hingga rubrik poskota dari berbagai provinsi di Indonesia. Sementara itu, lima headline yang dimuat dalam poskota.co.id dan untuk posisi headline utama berisi peristiwa yang sedang ramai dibicarakan yang dilanjutkan dengan berita-berita dari berbagai daerah.

9. Berapa lama waktu yang dibutuhkan dalam peliputan satu berita ?

Ada proyeksi dan ada porsi yang diprioritaskan, misalnya pemberitaan mengenai presiden RI yang melakukan kunjungan kenegaraan, peristiwa lain yang mengejutkan dan itu termasuk diluar proyeksi karena sebuah peristiwa. Lalu jika dibandingkan antara berita kriminal, lifestyle, artis, berita kejuaraan olahraga biasanya langsung cepat dimuat, dan untuk evergreen content atau konten yang tetap hadir terlepas berjalannya waktu itu bisa diprioritaskan urutan ke sekian,

10. Bagaimana tim redaksi poskota.co.id dalam menentukan kelayakan berita yang layak untuk dipublikasikan maupun yang tidak dipublikasikan?

Unsur berita yang layak dipublikasikan ialah berita yang sedang up to date atau peristiwa yang menjadi tren, sesuai dengan KEJ (kode etik jurnalistik) dalam arti narasumber 5W+1H harus ada. Dengan demikian, berita yang tidak layak dipublikasikan adalah berita off the record atau informasi atau data dari narasumber berita yang tidak boleh dinaikkan.

11. Apakah ada penyajian berita poskota.co.id yang menjadi keunggulan dan ciri khas atau hal yang membedakan media online lainnya?

Iya ada. Poskota.co.id itu pasti ada perbedaan dan ciri khasnya karena kami dari awal sebelum transformasi dari digital ke online berawal dari koran dengan ciri khasnya itu berita kriminalitas, perkotaan, selebritis, dan kartun lembargar nya yaitu doyok ali oncom, nah ini dia, kopi pagi nya pak harmoko. Jadi, jika dilihat media online lain seperti detik.com kompas.com mereka tidak memiliki lembargar, sental sentil, suhu acay yang disajikan semacam bentuk ramalan

12. Apa saja tantangan dan hambatan yang dihadapi poskota.co.id?

Tantangannya di era digital kita harus bisa bagaimana meng-cover kebutuhan masyarakat diluar sana tentang informatif, karena kita menjualnya produk jurnalistik. Untuk itu, kita mengedepankan keakuratan, informatif, objektivitas,

kecepatan berita, hingga bahasa-bahasa yang bisa diterima masyarakat. Sedangkan, hambatannya tidak terlalu banyak namun pernah terjadi trouble karena kebakaran Gedung Cyber di Kuningan mengakibatkan server down, karena kita semua online ini menyatu untuk jaringan seluruh Indonesia servernya disana dan satu hari itu tidak ada berita yang dimuat semua media online, baik poskota.co.id ataupun media lainnya karena faktor kebakaran tersebut. Jadi hambatannya lebih kepada teknologi yang error.

13. Apakah ada rapat redaksi rutin setiap harinya?

Ada, baik tiap hari maupun tiap minggu. Biasanya berkaitan dengan agenda yang berbeda, seperti misalnya proyeksi liputan yang sedang tren, top, yang lagi banyak dibaca termasuk google analytic sebagai barometer bahwa seberapa banyak masyarakat yang membaca konten kita, termasuk meeting pagi dan sore.

14. Apakah ada sasaran audiens secara khusus dalam berita poskota.co.id?

Audiens untuk semua kalangan baik menengah kebawah maupun menengah ke atas, untuk segmentasinya milenial, mahasiswa, pelajar, kaum rebahan, ibu-ibu, dan intinya anak-anak zaman sekarang yang biasanya lebih banyak mempunyai kuota sehingga informasi apa saja dibaca. Hal ini berbeda dengan pekerja seperti saya yang tidak selalu bisa mengakses berita,

karena kebanyakan pekerja mengakses berita online kalau memang ada waktu saja.

15. Sebelumnya yang kita ketahui poskota dikenal dalam media cetak, namun sebagai media baru, bagaimana cara poskota.co.id menarik minat pembaca?

Strateginya banyak, seperti membuat berita atau konten yang bagus, update, viral, berita-berita yang konsepnya milenial yang dimana pembaca menyukainya berawal dari judul yang membuat penasaran.

16. Perkembangan era digital tak memungkiri bahwa kini portal berita online semakin beredar luas. Lantas, bagaimana cara poskota.co.id mempertahankan kepercayaan pembacanya?

Ketika poskota.co.id memiliki banyak pembaca dipertahankannya dengan cara melihat hasil data konten yang paling banyak dilihat atau bisa juga dari tren yang sedang terjadi di kehidupan, misalkan konten fashion paling banyak dilihat, jadi nanti reporter akan diberi informasi mengenai data tren yang dapat dipertahankan untuk tetap dikembangkan menjadi konten berita.

17. Seperti yang diketahui media online lebih banyak mengedepankan kecepatan berita yang harus dipublikasikan yang menimbulkan peluang untuk adanya

berita hoax atau berita bohong. Lantas, bagaimana strategi poskota.co.id dalam menyajikan berita agar tidak terjebak dalam penyajian berita hoax?

Narasumber harus akurat, tidak boleh mengarang. Misalnya kita pakai narasumber dari media sosial yang dimana harus melihat akun terverifikasi nya agar tidak terjebak akun palsu yang bisa menimbulkan berita hoax.

18. Apakah kebijakan redaksional sudah sesuai dengan apa yang direncanakan?

Sesuai, karena itu sudah proyeksi. Misalnya hari ini pointer nya ada dua puluh, maka sejumlah itulah yang harus diprioritaskan.

19. Apakah ada perbedaan isi berita di media cetak poskota dengan media online poskota.co.id?

Ada, poskota.co.id terdapat pecahan berita yang banyak misalnya dalam satu kasus bisa menghasilkan lima berita dengan angle yang berbeda. Jika media cetak akan digabungkan menjadi satu berita dan biasanya sudah sangat lengkap.

20. Apakah poskota.co.id memiliki target tersendiri dalam pendistribusian berita?

Ada target, kita setiap hari harus mendongkrak sebanyak-banyaknya page view atau visitor. Targetnya untuk perbulan 12 juta views, tetapi kalau untuk harian minimal

20.000 pembaca dan standarisasinya 4.000 pembaca dalam sehari.

21. Apakah pernah terjadi kendala atas berita yang gagal dipublikasikan dalam portal berita poskota.co.id?

Ada yang gagal, selain karena error jaringan cyber, pernah ada kekurangan data. Dengan demikian karena konten kurang lengkap dan human error karena kendala di cms atau content management system yang dimana menjadi tempat para editor mengupload sebuah berita.

Namun, apabila terjadi kendala karena kurang lengkapnya data yang diperoleh, maka revisi boleh saja dilakukan lalu baru bisa dinaikkan dalam portal berita poskota.co.id.

22. Apakah kualitas dari perolehan data di lapangan mempengaruhi tulisan yang tidak dapat dinaikkan atau dipublikasikan?

Pasti mempengaruhi, karena kalau misalnya di lapangan tidak ada maka tidak bisa dimuat menjadi berita di poskota.co.id

23. Bagaimana strategi kebijakan redaksional poskota.co.id dalam menyajikan berita sebagai upaya mempertahankan kredibilitas?

Kami mengutamakan dan terus berupaya untuk tidak terlepas dari kode etik jurnalistik. Selain itu, kami memiliki

buku putih tersendiri sebagai landasan penyampaian berita, seperti dalam halnya mengenai penggunaan huruf besar dan kecil.

Didalam penyajian berita, kami mengandalkan 4 rubrik utama yang hal, perkotaan, lifestyle, hiburan. Alasan utama harus seimbang karena kami melakukan pembagian kategori, seperti berita dalam rubrik lifestyle dengan hiburan dikategorikan sebagai evergreen content, yang artinya konten yang kapanpun dapat kita buka seperti zodiak, tips mempercantik diri dan lainnya. Sedangkan berita dalam rubrik kriminal dan perkotaan biasanya peristiwa dadakan atau maksudnya peristiwa harian.



Nama : Tatang Suherman (Informan)

Jabatan : Pemimpin Redaksi

**Lokasi : Kantor Berita Harian Poskota (Jl. Kebayoran
Lama 22, Sukabumi Utara, Kebo Jeruk,
Jakarta Barat)**

Hari/tanggal : Selasa, 19 Juli 2022

Waktu : 17.30 – 17.45 WIB

1. Seperti yang kita ketahui, poskota merupakan perusahaan bergerak di bidang media yang menyampaikan berita versi cetak dan disisi lain saat ini dunia memasuki era konvergensi media yang membuat maraknya penggunaan media online. Apakah perusahaan media poskota memiliki media online atau media konvensional lain yang masih tergabung dalam perusahaan ini?

Iya, punya yaitu portal berita online poskota.co.id.

2. Seperti yang dikatakan sebelumnya, perusahaan media poskota memiliki portal berita yang bernama poskota.co.id. Bagaimana sejarah awal mula terbentuknya media online tersebut?

Dalam perjalanan, poskota pernah mencapai angka oplak 700.000 yang dimana termasuk terbesar di Indonesia.

Kemudian, seiring berjalannya perkembangan internet dan kehadiran portal berita, poskota harus bertransformasi seiring menurunnya pembaca untuk media cetak, sehingga poskota mendirikan poskota.co.id. poskota.co.id tidak sendiri, dan punya beranak pinak. Jadi ditiap provinsi ada yang namanya poskotajatim, poskotajabar, poskotajateng, poskotasumbar, poskotalampung, poskotasumsel, poskotasumut, poskotasulses, poskotasulteng, dan poskotabali. Meskipun demikian, kami tidak meninggalkan poskota cetak, karena poskota cetak sekarang ini paling bagus, Jadi setiap mencetak berapapun habis terjual oleh agen, sehingga crew poskota memantapkan diri untuk cetak bahwa kita harus the last standing newspaper. Maksudnya koran lain satu sama lain sudah tidak ada dan berguguran. Jadi kita boleh mati, tapi paling terakhir. Dan kita sekarang sedang bertransformasi ke dunia digital.

Media online poskota.co.id berawal dari tahun 2011 tidak dijadikan tumpuan dan hanya pendamping saja, dan diolah ditingkatkan pada 2021. Hingga kini berada di berbagai provinsi dan berharap bisa meraih kejayaan seperti yang dialami media cetak.

- 3. Apakah ada perbedaan mekanisme kerja dan struktural organisasi media cetak poskota dengan media online poskota.co.id?**

Ada perbedaan, mekanisme kerja poskota ada redaktur dan ada layout. Tetapi di online tidak ada. Jadi dari pemimpin redaktur (pemred), manajer online. Sistem media online ada 2, yaitu editor utama yang mengambil konten berasal dari wartawan yang kita miliki sejumlah 25 orang dan editor cc yang bergeriliya di media sosial. Jadi, berita yang diambil dari editor CC itu dari media sosial.

Di media cetak ada pemimpin umum, wakil pemimpin umum, pemred, wakil pemred, manajer operasional dan koordinator liputan.

4. Apakah karyawan yang terlibat dalam penulisan berita di laman poskota.co.id sama dengan karyawan media cetak poskota? Berapa jumlah karyawan media online poskota.co.id?

Karyawan di poskota dan poskota.co.id berbeda. Editor cetak dan online memiliki perbedaan, yaitu editor online ada 12 orang dan terbagi dalam 3 shift kerja, namun editor media cetak poskota hanya ada 4 orang yang menangani 12 halaman

5. Bagaimana proses perekrutan reporter atau editor poskota.co.id?

Terbuka, artinya lulusan dari berbagai perguruan tinggi maupun disiplin ilmu. Tidak terfokus hanya dari studi tertentu, misalnya tidak hanya dari lulusan Ilmu Komunikasi, tetapi

diperbolehkan dari studi Sosiologi. Saat merekrut reporter ataupun editor, kita didik selama dua minggu. Kita punya buku putih yang harus dijadikan acuan dalam melaksanakan pekerjaan. Yang paling penting ialah dasar-dasar jurnalistik yang harus dikuasai.

6. Bagaimana kontribusi pemilik media (pendiri poskota) dalam pemberitaan ?

Pendiri media itu sendiri membebaskan kita, karena mereka mengerti bahwa tugas jurnalistik tidak bisa diintervensi. Tak jarang mereka memberikan arahan jika terdapat masalah dengan pemberitaan negara. Sesering mungkin mereka hanya menanyakan perkembangan media online poskota.co.id maupun media cetak poskota.

7. Apakah setiap wartawan di poskota.co.id diberikan aturan untuk menulis berita kredibel yang tidak menggiring opini maupun hoax?

Iya, setiap wartawan mempunyai buku saku, seperti contohnya:

- a. Melakukan double check pemberitaan yang akan dipublikasikan. Jika memang tidak benar, harus dihindari.
- b. Tidak boleh beropini. Dalam hal ini tidak boleh adanya kalimat opini pribadi yang dimasukkan kedalam judul, badan berita, dan lainnya.

8. Apakah pernah ada laporan bahwa disaat reporter melakukan liputan, terdapat pihak yang melakukan permintaan atau 'request' berita atau seperti iklan dadakan ?

Sering terjadi, tetapi kami memiliki mekanisme atau aturan.

Jika memang terjadi seperti itu, maka dialihkan kepada bagian news marketing bukan oleh wartawan. Hal itu tentu berkaitan dengan iklan yang dimana harus membayar. Untuk itu, perihal request berita tidak boleh dilakukan oleh wartawan sendiri, tetapi ada yang namanya news marketing yang bisa dari redaksi ataupun orang iklan.

9. Pernahkah ada pihak yang menawarkan suap hanya untuk mengunggah suatu pemberitaan?

Ada, tetapi poskota.co.id langsung menolaknya karena kami tetap berteguh pada berita independen.

10. Apakah ada sasaran audiens secara khusus dalam berita poskota.co.id?

Audiens untuk semua kalangan baik menengah kebawah maupun menengah ke atas, untuk segmentasinya milenial, mahasiswa, pelajar, kaum rebahan, ibu-ibu, dan intinya anak-anak zaman sekarang yang biasanya lebih banyak mempunyai kuota sehingga informasi apa saja dibaca. Hal ini berbeda dengan pekerja seperti saya yang tidak selalu bisa mengakses

berita, karena kebanyakan pekerja mengakses berita online kalau memang ada waktu saja.



Nama : Muchamad Irfand (Informan)

Jabatan : Editor Poskota.co.id

**Lokasi : Kantor Berita Harian Poskota (Jl. Kebayoran
Lama 22, Sukabumi Utara, Kebo Jeruk,
Jakarta Barat)**

Hari/Tanggal : Rabu, 20 Juli 2022

Waktu : 13.00 WIB – 13.15 WIB

1. Seberapa pentingkah akurasi bagi anda saat mengunggah berita?

Harus akurat, tidak boleh namanya menyebarkan berita hoax. Kita itu media nasional, media mainstream yang tanggung jawabnya pada masyarakat, negara.

2. Sebagai editor yang turut berperan dalam isi berita, terdapat pernyataan mengenai wartawan Indonesia bersikap independen, menghasilkan berita yang akurat, berimbang, dan tidak beritikad buruk. Bagaimana pemikiran anda dengan kalimat tersebut?

Saya setuju dengan pernyataan tersebut. Kita sebagai jurnalis harus objektif. Berita itu harus berimbang dari dua pihak supaya masyarakat mengetahui dan biar masyarakat yang

mengambil kesimpulan atas suatu berita. Jadi kita tidak boleh beropini, kita hanya menyajikan informasi dengan independen dan akurat, selebihnya biar masyarakat yang akan membaca dengan pemikiran mereka. Selain itu, pers sebagai pilar demokrasi memang harus independen karena untuk kepentingan publik.

3. Pernahkah anda menulis berita tanpa keakuratan data atau fakta yang diperoleh?

Tidak pernah.

4. Apakah setiap wartawan maupun editor poskota.co.id diberikan aturan untuk menulis berita kredibel yang tidak menggiring opini maupun hoax?

Ada aturannya, yaitu KEJ (kode etik jurnalistik).

5. Apakah pernah terjadi kendala atas berita yang gagal dipublikasikan dalam portal berita poskota.co.id?

Gagal karena error jaringan cyber. Jika untuk dipublikasikan sejauh ini belum ada karena apabila tidak sesuai kami langsung memasukkan keranjang sampah.

DAFTAR RIWAYAT HIDUP



Nama Lengkap : Risca Cahyani Agustin
Tempat, Tgl Lahir : Jakarta, 26 Agustus 1999
Agama : Islam
Kewarganegaraan : Indonesia
Jenis Kelamin : Perempuan
Alamat : Jalan Dewata No. 4 RT 006/ RW 02 Bukit Duri,
Tebet, Jakarta Selatan 12840.
Anak ke : 1 dari 1 bersaudara
Ayah : Rudy Surandy
Ibu : Yuningsih
Status : Belum Menikah
No. Telpn : +62 85947566909
Email : riscachyn99@gmail.com

Pendidikan :

- TK TERANG TUGAVA (2004)
- SDN BUKIT DURI 03 PAGI (2005-2011)
- SMPN 3 JAKARTA (2011-2014)
- SMA YMIK 2 JAKARTA (2014-2017)