

**PEMANFAATAN APLIKASI YOUTUBE SEBAGAI  
SARANA MENYEBARLUASKAN BERITA OLEH  
KOMPAS TV BIRO MEDAN**

**SKRIPSI**

**Oleh:**

**BELLA SHAVIRA HERMAN**

**NPM 1603110082**

**Program Studi Ilmu Komunikasi**

**Konsentrasi Penyiaran**



**UMSU**

Unggul | Cerdas | Terpercaya

**FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK  
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH SUMATERA UTARA  
MEDAN  
2020**

## BERITA ACARA BIMBINGAN SKRIPSI



Telah selesai bimbingan diberikan dalam penulisan skripsi sehingga naskah skripsi ini telah memenuhi syarat dan dapat disetujui untuk dipertahankan dalam ujian skripsi oleh :

NAMA : BELLA SHA VIRA HERMAN  
NPM : 1603110082  
Program Studi : Ilmu Komunikasi  
Judul Skripsi : PEMANFAATAN APLIKASI YOUTUBE SEBAGAI SARANA MENYEBARLUASKAN BERITA OLEH KOMPAS TV BIRO MEDAN

Medan, 13 Agustus 2020

PEMBIMBING

**AKHYAR ANSHORI, S.Sos., M.I.Kom**

DISETUJUI OLEH  
KETUA PROGRAM STUDI

**NURHASANAH NASUTION, S.Sos, M.I.Kom**

DEKAN

## BERITA ACARA PENGESAHAN



Skripsi ini telah dipertahankan di depan Tim Penguji Ujian Skripsi Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara oleh:

Nama : BELLA SHAVIRA HERMAN  
NPM : 1603110082  
Program Studi : Ilmu Komunikasi  
Pada hari, Tanggal : Kamis, 13 Agustus 2020  
Waktu : 08.30 WIB s/d Selesai

### TIM PENGUJI

PENGUJI I : Dr. ARIFIN SALEH, MSP

(.....)

PENGUJI II : FAIZAL HAMZAH LUBIS, S.Sos., M.I.Kom

(.....)

PENGUJI III : AKHYAR ANSHORI, S.Sos., M.I.Kom

(.....)

### PANITIA UJIAN

Ketua

Dr. ARIFIN SALEH, S.Sos, M.SP

Sekretaris

Dr. ZULFAHMI, M.I.Kom

## PERNYATAAN

*Bismillahirrohmanirrohim*

Dengan ini saya, Bella Shavira Herman, NPM 1603110082, menyatakan dengan sungguh-sungguh :

1. Saya menyadari bahwa memalsukan karya ilmiah dalam segala bentuk yang dilarang oleh undang-undang, termasuk pembuatan karya ilmiah orang lain dengan suatu imbalan, atau memplagiat atau menjiplak atau mengambil karya orang, adalah tindakan kejahatan yang harus dihukum menurut undang-undang yang berlaku.
2. Bahwa skripsi ini adalah hasil karya dan tulisan saya sendiri, bukan karya orang lain, atau karya plagiat, atau karya jiplakan dari karya orang lain.
3. Bahwa di dalam skripsi ini tidak terdapat karya yang pernah diajukan untuk memperoleh kesarjanaaan di suatu perguruan tinggi, dan sepanjang sepengetahuan saya juga tidak terdapat karya atau pendapat yang pernah ditulis atau diterbitkan oleh orang lain, kecuali yang secara tertulis diacu dalam naskah ini dan disebutkan dalam daftar pustaka.

Bila di kemudian hari terbukti pernyataan saya ini tidak benar, saya bersedia tanpa mengajukan banding menerima sanksi :

1. Skripsi saya ini beserta nilai-nilai ujian hasil skripsi saya dibatalkan.
2. Pencabutan kembali gelar kesarjanaaan yang telah diperoleh, serta pembatalan dan penelitian ijazah sarjana dan transkrip nilai yang telah saya terima.

Medan, 29 Juli 2020

Yang menyatakan,



**Bella Shavira Herman**

## KATA PENGANTAR

بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ

Segala puji bagi Allah SWT yang telah memberikan rahmat dan karuniaNya kepada penulis, sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini dengan baik. Shalawat dan salam senantiasa tercurah kepada Rasulullah SAW yang mengantarkan manusia dari zaman kegelapan ke zaman yang terang benderang ini. Penyusunan skripsi ini dimaksudkan untuk memenuhi sebagian syarat-syarat guna mencapai gelar Sarjana Ilmu Komunikasi di Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara.

Penulis menyadari bahwa penulisan ini tidak dapat terselesaikan tanpa dukungan dari berbagai pihak baik moril maupun materil. Oleh karena itu, penulis ingin menyampaikan ucapan terimakasih kepada kedua orang tua, papa tercinta Herman S.E dan mama tersayang Venny Hermawany yang telah memberikan dukungan baik moril maupun materil serta doa yang tiada henti-hentinya kepada penulis. Penulis juga ingin mengucapkan terimakasih kepada semua pihak yang telah membantu dalam penyusunan skripsi ini terutama kepada:

1. Bapak Dr. Agussani, M.AP selaku Rektor Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara.
2. Bapak Dr.Arifin Saleh, S.Sos.,MSP selaku Dekan Fakultas Ilmu Sosial dan Politik Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara.
3. Bapak Drs.Zulfahmi, M.I.Kom selaku Wakil Dekan I, dan Bapak Abrar Adhani, S.Sos.,M.I.Kom selaku Wakil Dekan III.

4. Ibu Nurhasanah Nasution, S.Sos.,M.I.Kom selaku Ketua Jurusan Ilmu Komunikasi Fakultas Ilmu Sosial dan Politik Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara dan Bapak Akhyar Anshori S.Sos.,M.I.Kom selaku sekretaris program studi Ilmu Komunikasi.
5. Bapak Akhyar Anshori S.Sos.,M.I.Kom Dosen pembimbing yang telah banyak membantu memberikan masukan, memberi motivasi dan percaya diri penulis, serta bimbingan dalam penyelesaian skripsi ini.
6. Seluruh Bapak dan Ibu Dosen dan Pegawai Biro Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara.
7. Seluruh Karyawan KOMPAS TV Biro Medan yang sudah membantu penulis mendapatkan informasi terkait penelitian skripsi ini.
8. Abang serta keluarga yang tidak henti-hentinya mendoakan dan memberikan dukungan kepada penulis.
9. Ari Mustika selaku sahabat yang telah menemani penulis sejak awal perkuliahan hingga saat ini. Yang tidak pernah henti-hentinya mengingatkan penulis untuk selalu berbuat baik dan selalu berada disisi penulis.
10. Elvan Roher selaku sahabat sejak SMA yang telah membantu penulis, dan selalu bersedia menemani penulis kapanpun, bersedia meluangkan waktu untuk penulis. Serta menjadi motivator untuk menjadi sukses dikemudian hari.
11. Akhir Siaran Broadcast C 2016 yang sudah membuat memori terindah selama perkuliahan. Serta teman-teman Broadcasting C 2016 dan IKO B

2016 yang sudah bersama-sama menjalani hari-hari perkuliahan dengan sangat menyenangkan.

12. Muliani Rahayu, Mhd.Rizky Fauzy serta Nurul Qomariah yang merupakan sahabat penulis yang tak henti-hentinya memotivasi, serta mendoakan penulis.
13. Ayu Handari selaku teman KKN penulis yang sudah memotivasi penulis dan memberikan nasihat untuk penulis.
14. Semua pihak yang tidak dapat disebutkan satu persatu yang telah membantu dan mendoakan serta memberikan dukungan kepada penulis.

Rasa hormat dan terimakasih bagi semua pihak atas segala dukungan dan doanya semoga Allah SWT., membalas segala kebaikan yang telah mereka berikan kepada penulis. Amin.

Penulis menyadari berbagai kelemahan dan kekurangan dalam penelitian ini, untuk itu diharapkan saran dan kritik untuk perbaikan atas kekurangan dalam penelitian ini. Demikian sebagai kata pengantar, mudah-mudahan penelitian ini bermanfaat menambah wawasan ilmu pengetahuan bagi semua pihak. Mohon maaf segala kekurangan, penulis ucapkan Terima Kasih.

**Medan, 29 Juli 2020**

**Penulis,**

**Bella Shavira Herman**

**PEMANFAATAN APLIKASI YOUTUBE SEBAGAI SARANA  
MENYEBARLUASKAN BERITA OLEH KOMPAS TV BIRO MEDAN**

**BELLA SHAVIRA HERMAN**

**1603110082**

**ABSTRAK**

Berbicara mengenai media baru, tidak lepas dengan fenomena media sosial, yang mana telah menjadi bagian dari kehidupan manusia modern saat ini. Penggunaan media baru seperti YouTube banyak dimanfaatkan oleh masyarakat sebagai media untuk penyebaran informasi. KOMPAS TV Biro Medan merupakan media massa yang menggunakan YouTube untuk menyebarkan hasil tayangan berita. Tujuan penelitian ini untuk mengetahui penggunaan aplikasi YouTube sebagai sarana menyebarkan berita oleh KOMPAS TV Biro Medan. Metode yang digunakan untuk penelitian ini adalah metode penelitian kualitatif dengan pendekatan deskriptif yang bermaksud memahami fenomena tentang apa yang dialami oleh subjek penelitian. Jenis penelitiannya menggunakan penelitian lapangan, yaitu peneliti berangkat ke lapangan untuk mengadakan pengamatan tentang suatu fenomenon dalam suatu keadaan ilmiah. Data diperoleh dari hasil wawancara kepada Kepala Biro KOMPAS TV Medan, dan 2 orang Produser KOMPAS TV Biro Medan. Teknis analisis data yang digunakan adalah reduksi data yang merupakan proses pemilihan, pemusatan perhatian pada penyederhanaan, pengabstrakan, dan transformasi data “kasar” yang muncul dari catatan-catatan tertulis dari lokasi penelitian . Selain itu dilakukan penarikan kesimpulan yang merupakan membuat pernyataan atau kesimpulan secara bulat tentang suatu permasalahan yang diteliti dalam bahasa yang deskriptif dan bersifat interaktif. Berdasarkan hasil penelitian yang diperoleh melalui wawancara kepada semua hasasumber, terdapat strategi dan kendala yang dialami oleh KOMPAS TV Biro Medan. Selain itu merepackage tayangan juga memberikan manfaat yang sangat baik dari respon maupun dari sisi bisnis. KOMPAS TV Biro Medan tidak hanya merepackage hasil tayangan ke media YouTube, akan tetapi juga ke Instagram, Facebook, Twitter bahkan TikTok. Walaupun berkecimpung didunia digital, KOMPAS TV Biro Medan tidak meninggalkan kode etik jurnalistik.

***Kata kunci : Media Massa, Berita, YouTube, KOMPAS TV Biro Medan***



**THE USE OF YOUTUBE APPLICATION AS A MEANS OF  
DISSEMINATING NEWS BY KOMPAS TV BIRO MEDAN**

**BELLA SHAVIRA HERMAN**

**1603110082**

**ABSTRACT**

Talking about new media, can't be separated from the phenomenon of social media, which has become a part of modern human life today. The use of new media such as YouTube is widely used by the public as a medium for disseminating information. KOMPAS TV Biro Medan is a mass media that uses YouTube to disseminate news results. The purpose of this research is to know the use of the YouTube app as a means of disseminating news by KOMPAS TV Biro Medan. The method used for this research is a qualitative method of research with a descriptive approach that intends to understand the phenomenon of what is experienced by the research subject. This type of research uses field studies, which is the researcher leaving the field to conduct observations about a phenomenon in a scientific state. Data obtained from interviews to head of KOMPAS TV Biro Medan, and 2 Producer of KOMPAS TV Biro Medan. The data analysis technique used is data reduction which is the process of selection, centring attention to simplification, abstracting, and transformation of "crude" data arising from written records of the research site. In addition, a withdrawal of conclusions is made to make a statement or conclusion unanimously about an issue examined in a descriptive and interactive language. Based on the results of research gained through interviews to all interviewees, there are strategies and constraints experienced by KOMPAS TV Biro Medan. In addition repackage impressions also provide excellent benefits of both response and business side. KOMPAS TV Biro Medan Not only repackage the results of impressions to YouTube media, but also to Instagram, Facebook, Twitter even TikTok. Although in the digital World, KOMPAS TV Biro Medan doesn't leave the code of journalistic ethics.

***Keywords: Mass Media, News, YouTube, KOMPAS TV Biro Medan***

# DAFTAR ISI

Halaman :

<b>HALAMAN JUDUL</b>	
<b>HALAMAN PERSETUJUAN</b>	
<b>HALAMAN PERNYATAAN</b>	
<b>KATA PENGANTAR.....</b>	<b>i</b>
<b>ABSTRAK .....</b>	<b>iv</b>
<b>DAFTAR ISI.....</b>	<b>vi</b>
<b>DAFTAR GAMBAR.....</b>	<b>viii</b>
<b>DAFTAR TABEL .....</b>	<b>ix</b>
<b>DAFTAR BAGAN .....</b>	<b>x</b>
<b>BAB I: PENDAHULUAN</b>	
1.1 Latar Belakang Masalah.....	1
1.2 Pembatasan Masalah .....	3
1.3 Rumusan Masalah .....	3
1.4 Tujuan Penelitian .....	4
1.5 Manfaat Penelitian .....	4
1.6 Sistematika Penulisan .....	5
<b>BAB II: URAIAN TEORITIS</b>	
2.1 Komunikasi .....	6
2.1.1 Pengertian Komunikasi.....	6
2.1.2 Unsur Komunikasi .....	7
2.1.3 Tipe Komunikasi.....	11
2.2 Komunikasi Massa.....	13
2.2.1 Elemen Komunikasi Massa.....	13
2.3 Pemanfaatan .....	17
2.4 Perkembangan Teknologi Komunikasi.....	17
2.4.1 Sejarah Perkembangan Teknologi Komunikasi.....	17
2.4.2 Teknologi dan Dampaknya Bagi Manusia.....	18
2.4.3 Asal-usul Istilah Teknologi.....	19

2.5 Aplikasi .....	20
2.6 Youtube .....	20
2.7 Televisi.....	23
2.7.1 Karakteristik Televisi.....	27
2.7.2 Prinsip Menulis Untuk Televisi .....	30
2.8 Berita.....	37
2.8.1 Jenis-Jenis Berita Televisi.....	39
2.9 KOMPAS TV.....	51
2.9.1 KOMPAS TV Biro Medan .....	53
<b>BAB III: METODE PENELITIAN</b>	
3.1 Jenis Penelitian.....	56
3.2 Kerangka Konsep.....	56
3.3 Definisi Konsep .....	57
3.4 Kategorisasi.....	58
3.5 Narasumber .....	59
3.6 Teknik Pengumpulan Data.....	59
3.7 Teknik Analisis Data.....	59
3.8 Waktu dan Lokasi Penelitian .....	60
<b>BAB IV: HASIL PENELITIAN</b>	
4.1 Hasil Penelitian .....	61
4.2 Pembahasan.....	68
4.2.1 KOMPAS TV Biro Medan Sebagai Pelaku Komunikator....	69
4.2.2 KOMPAS TV Biro Medan Sebagai Pelaku Fungsi Komunikasi Massa.....	71
<b>BAB V: PENUTUP</b>	
5.1 Kesimpulan .....	74
5.2 Saran .....	75
<b>DAFTAR PUSTAKA .....</b>	<b>76</b>
<b>LAMPIRAN</b>	

## **DAFTAR GAMBAR**

Gambar 4.1 Channel YouTube KOMPAS TV Biro Medan .....	66
Gambar 4.2 Contoh Naskah Berita Repackage.....	67
Gambar 4.3 Tayangan Repackage KOMPAS TV Biro Medan .....	68

## **DAFTAR TABEL**

Tabel 2.1 Perbedaan Sistem HDTV & NTSC.....	26
Tabel 2.2 KOMPAS TV .....	52
Tabel 3.1 Kategorisasi .....	58

## **DAFTAR BAGAN**

Bagan 2.1 Proses Komunikasi .....	8
Bagan 3.1 Kerangka Konsep.....	57
Bagan 4.1 Proses Repackage Tayangan.....	62

# BAB I

## PENDAHULUAN

### 1.1 Latar Belakang Masalah

Televisi merupakan penemuan terpenting dalam teknologi komunikasi. Televisi telah mengubah sifat, cara beroperasi dan hubungan khalayak dengan buku, majalah, film dan radio. Media televisi sebagai salah satu media elektronik yang selalu melakukan perubahan dan inovasi terbaru dari tahun ke tahun, salah satunya dengan mengaplikasikan teknologi baru. Ini disebabkan, karena fenomena *new media* yang sangat diminati oleh khalayak.

Berbicara media baru, tidak lepas dengan fenomena media sosial (*social media*), yang mana telah menjadi bagian dari kehidupan manusia modern saat ini. Diperkirakan, yang akan menjadi tren adalah 3S, yakni *Social, Share, and Speed*. “*Social*” adalah bagaimana seseorang terhubung dengan orang lain dan saling berbagi. “*Share*” adalah bagaimana seseorang membagikan pengalamannya kepada orang lain, melalui teks, foto, video, apapun itu, melalui jejaring sosial. “*Speed*” adalah bagaimana jejaring sosial bisa memberikan informasi yang sangat cepat, melebihi kecepatan wartawan menuliskan berita.

Kemudahan dalam menyebarkan informasi membuat banyak masyarakat menuliskan berita. Hanya dengan menggunakan *smartphone*, masyarakat bisa menulis dan meng-*upload* berita yang mereka buat. Kecepatan informasi di media sosial kini tampak sudah menggantikan peranan media massa

konvensional dalam menyebarkan informasi. Kalangan media konvensional pun menggunakan media sosial untuk menyebarkan informasi yang dibuat para wartawannya.

Dengan kecepatan yang ada, para wartawan pun harus berlomba dengan *netizen* yang mengabadikan peristiwa melalui ponsel milik mereka. Wartawan yang sudah terbiasa dengan berita yang akan disiarkan di media televisi, saat ini pun harus beralih menjadi seseorang yang menjelma di konten digital untuk menyeimbangi kecepatan berita yang ada di konten digital. Wartawan saat ini harus mengikuti perkembangan zaman yang semakin pesat. Hal ini dikarenakan kebutuhan informasi yang bisa diakses dimana saja dan kapan saja.

Salah satu stasiun televisi nasional yang sudah menerapkan hal tersebut adalah KOMPAS TV. KOMPAS TV yang terus berinovasi mengikuti perkembangan zaman sadar akan hal ini. Dengan kebutuhan masyarakat akan informasi, KOMPAS TV melakukan repackage tayangan yang akan disebarkan melalui media social ataupun portal video yang ada. KOMPAS TV yang memiliki stasiun tv local juga menerapkan hal ini kepada stasiun tv lokalnya yang ada di setiap daerah diseluruh Indonesia. Seperti KOMPAS TV Biro Medan yang diketahui peneliti memiliki *channel* YouTube-nya sendiri.

Peneliti memilih stasiun televisi swasta lokal, KOMPAS TV Biro Medan yang juga menggunakan *new media* ini dalam menyebarkan berita. Melalui channel YouTube yang dimilikinya, KOMPAS TV Biro Medan menjawab tuntutan perkembangan teknologi informasi. YouTube memang



salah satu media sosial favorit khalayak yang memberikan pelayanan informasi secara audio dan visual.

Berdasarkan hal di atas peneliti tertarik untuk mengetahui apa saja yang terjadi dan bagaimana KOMPAS TV Biro Medan memanfaatkan aplikasi *YouTube* untuk menyebarkan berita. Dalam penelitian ini, peneliti akan melakukan penelitian di daerah KH Wahid Hasyim. Dengan ini peneliti membuat skripsi dengan judul **“Pemanfaatan Aplikasi *YouTube* Sebagai Sarana Menyebarkan Berita Oleh KOMPAS TV Biro Medan”**.

## **1.2 Pembatasan Masalah**

Dalam penelitian ini, penulis membatasi masalah yang akan diuraikan hanya dalam pemanfaatan aplikasi youtube sebagai sarana menyebarkan berita oleh KOMPAS TV Biro Medan. Penelitian ini di khususkan pada karyawan televisi yang berada di KOMPAS TV Biro Medan, Sumatera Utara dan hanya beberapa perwakilan karyawan saja. Hal hal lain yang tidak bersangkutan tidak akan diuraikan dalam penelitian ini.

## **1.3 Rumusan Masalah**

Berdasarkan pemaparan latar belakang masalah yang ada di atas, maka penulis merumuskan suatu permasalahan yang akan diteliti adalah bagaimana **Pemanfaatan Aplikasi *YouTube* Sebagai Sarana Menyebarkan Berita Oleh KOMPAS TV Biro Medan?**

#### **1.4 Tujuan Penelitian**

Adapun tujuan dari penelitian ini yaitu untuk mengetahui pemanfaatan aplikasi youtube sebagai sarana menyebarkan berita oleh KOMPAS TV Biro Medan.

#### **1.5 Manfaat Penelitian**

Sebuah penelitian hendaknya dapat memberikan manfaat tertentu. Demikian pula manfaat yang dapat diperoleh dari penelitian ini adalah:

##### **1.5.1 Manfaat Teoritis**

- a. Untuk menambah khazanah ilmu pengetahuan tentang Pemanfaatan Aplikasi Youtube Sebagai Sarana Menyebarkan Berita Oleh KOMPAS TV Biro Medan.
- b. Hasil penelitian diharapkan dapat dijadikan sebagai bahan masukan bagi pengembangan Ilmu Komunikasi dan memperbanyak referensi penelitian bagi mahasiswa khususnya dalam penelitian-penelitian selanjutnya yang mengangkat tema sama.

##### **1.5.2 Manfaat Praktis**

- a. Menambah wawasan serta pengetahuan bagi penulis tentang pemanfaatan aplikasi youtube sebagai sarana menyebarkan berita oleh KOMPAS TV Biro Medan.
- b. Dapat dijadikan bahan untuk referensi bagi penelitian yang selanjutnya.

## **1.6 Sistematika Penelitian**

### **Bab I      Pendahuluan**

Bab ini membahas latar belakang masalah, pembatasan masalah, perumusan masalah, tujuan penelitian, manfaat penelitian dan sistematika penulisan

### **Bab II     Uraian Teoritis**

Bab ini mengemukakan teori-teori yang melandasi dan mendukung penelitian. Didalam bab ini akan dibahas mengenai komunikasi, komunikasi massa, pemanfaatan, perkembangan teknologi komunikasi, aplikasi, YouTube, televisi, berita dan KOMPAS TV

### **Bab III    Metode Penelitian**

Bab ini menjelaskan persiapan dan pelaksanaan penelitian yang menguraikan tentang jenis penelitian, kerangka konsep, Definisi konsep, kategorisasi Penelitian, Informan dan Narasumber, teknik Pengumpulan data, teknik analisis data, waktu dan lokasi penelitian

### **Bab IV    Hasil Penelitian dan Pembahasan**

Bab ini berisikan hasil penelitian dan pembahasan

### **Bab V     Penutup**

Bab ini terdiri dari simpulan dan saran

## **BAB II**

### **URAIAN TEORITIS**

#### **2.1 Komunikasi**

##### **2.1.1 Pengertian**

Istilah komunikasi berpangkal pada perkataan latin *Communis* yang artinya membuat kebersamaan atau membangun kebersamaan antara dua orang atau lebih. Komunikasi juga berasal dari akar kata dalam bahasa Latin *Communico* yang artinya membagi. Sebuah definisi singkat dibuat oleh Harold D. Laswell bahwa cara yang tepat untuk menerangkan suatu tindakan komunikasi ialah menjawab pertanyaan “siapa yang menyampaikan, apa yang disampaikan, melalui saluran apa, kepada siapa dan apa pengaruhnya.”

Everett M. Rogers seorang pakar Sosiologi Pedesaan Amerika yang telah banyak memberi perhatian pada studi riset komunikasi, khususnya dalam hal penyebaran inovasi membuat definisi bahwa:

“Komunikasi adalah *proses* di mana suatu ide dialihkan dari sumber kepada satu penerima atau lebih, dengan maksud untuk mengubah tingkah laku mereka.”

Definisi ini kemudian dikembangkan oleh Rogers bersama D. Lawrence Kincaid (1981) sehingga melahirkan suatu definisi baru yang menyatakan bahwa: “Komunikasi adalah suatu proses di mana dua orang atau lebih membentuk atau melakukan pertukaran informasi dengan satu samalainnya, yang pada gilirannya akan tiba pada saling pengertian yang mendalam.”

Rogers mencoba menspesifikasikan hakikat suatu hubungan dengan adanya suatu pertukaran informasi (pesan), dimana ia menginginkan adanya perubahan sikap dan tingkah laku serta kebersamaan dalam menciptakan saling pengertian dari orang-orang yang ikut serta dalam suatu proses komunikasi.

Shannon dan Weaver (1949) mengungkapkan bahwa komunikasi adalah bentuk interaksi manusia yang saling pengaruh mempengaruhi satu sama lainnya, sengaja atau tidak disengaja. Tidak terbatas pada bentuk komunikasi menggunakan bahasa verbal, tetapi juga dalam hal ekspresi muka, lukisan, seni dan teknologi. (Cangara, 2011: 17-21)

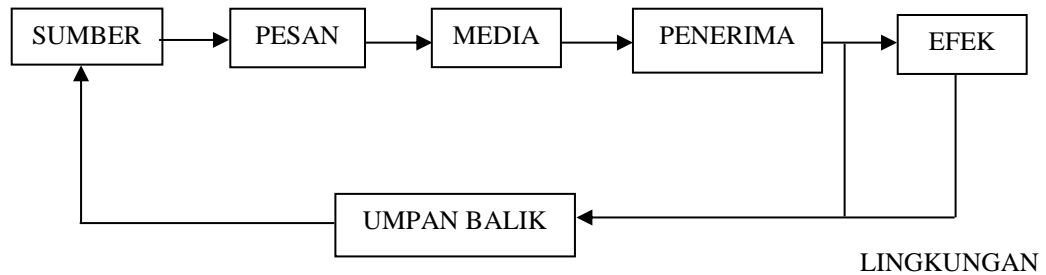
Jadi komunikasi dapat juga diartikan sebagai proses pengiriman pesan dari komunikator melalui media kepada komunikan yang akan memberikan efek dan mengirim umpan balik.

### **2.1.2 Unsur Komunikasi**

Claude E. Shannon dan Warren Weaver (1949), dua orang insinyur listrik menyatakan bahwa terjadinya proses komunikasi memerlukan lima unsur yang mendukungnya, yakni pengirim, transmitter, signal, penerima dan tujuan. Kesimpulan ini didasarkan atas hasil studi yang mereka lakukan mengenai pengiriman pesan melalui radio dan telepon.

Awal tahun 1960-an David K. Berlo didalam buku Cangara (2011:23) membuat formula komunikasi yang lebih sederhana. Formula itu dikenal dengan nama "SMCR", yakni: *Source* (pengirim), *Message* (pesan), *Channel* (saluran-media) dan *Receiver* (penerima). Perkembangan terakhir adalah

munculnya pandangan dari Joseph de Vito, K. Sereno dan Erika Vora yang menilai factor lingkungan merupakan unsur yang tidak kalah pentingnya dalam mendukung terjadinya proses komunikasi.



**Bagan 2.1 Proses Komunikasi**  
**Sumber: Cangara, 2011:23**

a. Sumber

Semua peristiwa komunikasi akan melibatkan sumber sebagai pembuat atau pengirim informasi. Dalam komunikasi antarmanusia, sumber bisa terdiri dari satu orang, tetapi bisa juga dalam bentuk kelompok misalnya partai, organisasi atau lembaga. Sumber sering disebut pengirim, komunikator atau dalam bahasa Inggrisnya disebut *source*, *sender* atau *encoder*.

b. Pesan

Pesan yang dimaksud dalam proses komunikasi adalah suatu yang disampaikan pengirim kepada penerima. Pesan yang disampaikan dengan tatap muka atau melalui media komunikasi. Isinya bisa berupa ilmu

pengetahuan, hiburan, informasi, nasihat atau propaganda. Dalam bahasa Inggris pesan biasanya diterjemahkan dengan kata *message*, *content* atau *information*.

#### c. Media

Media yang dimaksud di sini ialah alat yang digunakan untuk memindahkan pesan dari sumber kepada penerima. Terdapat beberapa pendapat mengenai saluran atau media. Ada yang menilai bahwa media bisa bermacam-macam bentuknya, misalnya dalam komunikasi antarpribadi pancaindra dianggap sebagai media komunikasi.

Selain indra manusia, ada juga saluran komunikasi seperti telepon, surat, telegram yang digolongkan sebagai media komunikasi antarpribadi. Dalam komunikasi massa, media adalah alat yang dapat menghubungkan antara sumber dan penerima yang sifatnya terbuka, di mana setiap orang dapat melihat, membaca dan mendengarnya. Media dalam komunikasi massa dapat dibedakan atas dua macam, yakni media cetak dan elektronik. Media cetak seperti halnya surat kabar, majalah, buku, brosur, stiker, bulletin dan lainnya. Sementara itu, media elektronik antara lain, radio, film, televisi, computer dan lainnya.

#### d. Penerima

Penerima adalah pihak yang menjadi sasaran pesan yang dikirim oleh sumber. Penerima bisa terdiri satu orang atau bisa dalam bentuk kelompok, partai atau negara. Penerima biasa disebut dengan berbagai macam istilah seperti khalayak, sasaran, komunikan, atau dalam bahasa

Inggris disebut *audience* atau *receiver*. Penerima adalah elemen penting dalam proses komunikasi karena dialah yang menjadi sasaran dari komunikasi. Jika pesan tidak diterima oleh penerima, akan menimbulkan berbagai macam masalah yang sering kali menuntut perubahan apakah pada sumber, pesan, atau saluran.

e. Pengaruh

Pengaruh atau efek adalah perbedaan antara apa yang dipikirkan, dirasakan dan dilakukan oleh penerima sebelum dan sesudah menerima pesan. Pengaruh ini bisa terjadi pada pengetahuan, sikap dan tingkah laku seseorang. Oleh karena itu, pengaruh bisa juga diartikan perubahan atau penguatan keyakinan pada pengetahuan, sikap dan tindakan seseorang sebagai akibat penerimaan pesan.

f. Tanggapan Balik

Ada yang beranggapan bahwa umpan balik sebenarnya adalah salah satu bentuk daripada pengaruh yang berasal dari penerima. Akan tetapi sebenarnya umpan balik bisa juga berasal dari unsur lain seperti pesan dan media, meski pesan belum sampai pada penerima.

g. Lingkungan

Lingkungan atau situasi ialah factor-faktor tertentu yang dapat mempengaruhi jalannya komunikasi. Factor ini dapat digolongkan atas empat macam, yakni lingkungan fisik, lingkungan sosial budaya, lingkungan psikologis dan dimensi waktu. Lingkungan fisik menunjukkan



bahwa suatu proses komunikasi hanya bisa terjadi kalau tidak terdapat rintangan fisik, misalnya geografis.

Lingkungan sosial menunjukkan factor sosial budaya, ekonomi dan politik yang bisa menjadi kendala terjadinya komunikasi misalnya kesamaan bahasa, kepercayaan, adat istiadat, dan status sosial. Dimensi psikologis adalah pertimbangan kejiwaan yang digunakan dalam berkomunikasi. Misalnya menghindari kritik yang menyinggung perasaan orang lain, menyajikan materi sesuai dengan usia khalayak. Sedangkan dmensi waktu menunjukkan situasi yang tepat untuk melakukan kegiatan komunikasi.(cangara, 2011: 23-28)

### **2.1.3 Tipe Komunikasi**

Seperti halnya definisi komunikasi, klasifikasi tipe atau bentuk komunikasi di kalangan para pakar juga beda satu sama lainnya. Klasifikasi itu didasarkan atas sudut pandang masing-masing pakar menurut pengalaman dan bidang studinya.

Joseph A. DeVito seorang professor komunikasi membagi komunikasi atas empat macam, yakni Komunikasi Antarpribadi, Komunikasi Kelompok Kecil, Komunikasi Publik, dan Komunikasi Massa. R. Wayne Pace dengan teman-temannya membagi komunikasi atas tiga tipe, yakni komunikasi dengan diri sendiri, komunikasi antarpribadi serta komunikasi khalayak.

#### **a. Komunikasi Dengan Diri Sendiri (*Intrapersonal Communication*)**

Komunikasi dengan diri sendiri adalah proses komunikasi yang terjadi di dalam diri individu atau dengan kata lain proses berkomunikasi dengan

diri sendiri. Terjadinya proses komunikasi disini karena adanya orang yang memberi arti terhadap suatu objek yang diamatinya atau terbetik dalam pikirannya. Objek dalam hal ini bisa saja dalam bentuk benda, kejadian alam, peristiwa, pengalaman.

b. Komunikasi Antarpribadi (*Interpersonal Communication*)

Komunikasi antarpribadi yang dimaksud di sini ialah komunikasi yang berlangsung antara dua orang atau secara tatap muka. Menurut sifatnya, komunikasi antarpribadi dapat dibedakan atas dua macam, yakni komunikasi diadik dan komunikasi kelompok kecil.

c. Komunikasi Publik (*Public Communication*)

Komunikasi public biasa disebut komunikasi pidato, komunikasi kolektif, komunikasi retorika, *public speaking*. Komunikasi public menunjukkan suatu proses komunikasi di mana pesan-pesan disampaikan oleh pembicara dalam situasi tatap muka didepan khalayak yang lebih besar.

d. Komunikasi Massa (*Mass Communication*)

Komunikasi massa dapat didefinisikan sebagai proses komunikasi yang berlangsung dimana pesannya dikirim dari sumber yang melembaga kepada khalayak yang sifatnya massal melalui alat-alat yang bersifat mekanis seperti radio, televisi, surat kabar dan film. (Cangara, 2011: 29-37)

## 2.2 Komunikasi Massa

Pada dasarnya komunikasi massa adalah komunikasi melalui media massa (media cetak dan elektronik). Sebab awal saja perkembangannya saja, komunikasi massa berasal dari kata *media of mass communication* (media komunikasi massa). Massa dalam arti komunikasi massa lebih menunjuk pada penerima pesan yang berkaitan dengan media massa. Oleh karena itu, massa disini menunjuk kepada khalayak, *audience*, penonton, pemirsa atau pembaca. (nurudin, 2014:3-4)

Fungsi komunikasi massa menurut Jay Black dan Frederick C. Whitney (1988) antara lain:

- a. *to Inform* (menginformasikan)
- b. *to entertain* (memberi hiburan)
- c. *to persuade* (membujuk)
- d. *transmission of the culture* (transmisi budaya)

Selain fungsi, komunikasi massa juga memiliki elemen tersendiri. Secara ringkas proses sederhana komunikasi meliputi komunikator mengiripkan pesan melalui saluran kepada komunikan. Perbedaan komunikasi massa dengan komunikasi pada umumnya lebih berdasarkan pada jumlah pesan berlipat-lipat yang sampai pada penerima.

### 2.2.1 Elemen Komunikasi Massa

- a. Komunikator

Komunikator dalam komunikasi massa sangat berbeda dengan komunikator dalam bentuk komunikasi yang lain. Komunikator di sini

meliputi jaringan, stasiun lokal. Direktur dan staf teknis yang berkaitan dengan sebuah acara televisi. Jadi komunikator merupakan gabungan dari berbagai individu dalam sebuah lembaga media massa.

b. Isi

Berita dan informasi merupakan hal pokok yang harus dimiliki oleh media massa. Setiap hari media massa memberikan informasi dan berbagai kejadian diseluruh dunia kepada *audience*-nya. Media massa tidak sekedar memberitakan, tetapi juga mengevaluasi dan menganalisis setiap kejadian tersebut.

c. Audience

*Audience* yang dimaksud dalam komunikasi massa sangat beragam, dari jutaan penonton televisi, ribuan pembaca buku, majalah, koran, atau jurnal ilmiah. Menurut Hiebert dan kawan-kawan, *audience* dalam komunikasi massa setidaknya-tidaknya memiliki lima karakteristik sebagai berikut:

- 1) *Audience* cenderung berisi individu-individu yang condong untuk berbagi pengalaman dan dipengaruhi oleh hubungan social diantara mereka.
- 2) *Audience* cenderung besar. Besar di sini berarti tersebar ke berbagai wilayah jangkauan sasaran komunikasi massa.
- 3) *Audience* cenderung heterogen. Mereka berasal dari berbagai lapisan dan kategori sosial. Beberapa media tertentu mempunyai sasaran, tetapi heterogenitasnya juga tetap ada. Misalnya majalah yang dikhususkan untuk kalangan dokter, memang sama secara profesi,

tetapi status sosial ekonomi, agama dan umur tetap berbeda satu sama lain.

- 4) Audience cenderung anonim, yakni tidak mengenal satu sama lain.
- 5) Audience secara fisik dipisahkan dari komunikator. Misalnya audience berada di Yogyakarta yang sedang menikmati acara stasiun televisi di Jakarta.

#### d. Umpan Balik

Ada dua umpan balik (*feedback*) dalam komunikasi, yakni umpan balik langsung (*immediated feedback*) dan tidak langsung (*delayed feedback*). Umpan balik langsung terjadi jika komunikator dan komunikan berhadapan langsung atau ada kemungkinan bisa berbicara langsung. Di dalam komunikasi massa umpan balik biasanya terjadi tidak secara langsung. Artinya, antara komunikator dengan komunikan dalam komunikasi massa tidak terjadi kontak langsung yang memungkinkan mereka mengadakan reaksi langsung satu sama lain.

Umpan balik secara tidak langsung misalnya ditunjukkan dalam *letter to the editor*/surat pembaca/pembaca menulis. Dalam rubric ini biasanya sering kita lihat koreksi pembaca atas berita atau gambar yang ditampilkan media cetak.

#### e. Gangguan

##### 1) Gangguan saluran

Gangguan dalam saluran komunikasi massa biasanya selalu ada. Di dalam media gangguan berupa sesuatu hal seperti kesalahan cetak, kata

yang hilang, atau paragraf yang dihilangkan dari surat kabar. Hal itu juga termasuk pada gambar yang tidak jelas di televisi, gangguan gelombang radio baterai yang sudah aus, atau langganan majalah yang tidak datang.

## 2) Gangguan Semantik

Semantic bisa diartikan sebagai ilmu bahasa yang mempelajari tentang tata kalimat. Oleh karena itu, gangguan semantic berarti gangguan yang berhubungan dengan bahasa. Gangguan semantic lebih rumit, kompleks, dan sering kali muncul. Bisa dikatakan, gangguan semantic adalah gangguan dalam proses komunikasi yang diakibatkan oleh pengirim acara atau penerima pesan itu sendiri.

## 3) Gatekeeper

John R. Bittner (1996) mengistilahkan *gatekeeper* sebagai “individu-individu atau kelompok orang yang memantau arus informasi dalam sebuah saluran komunikasi (massa)”. Jika diperluas maknanya, yang disebut sebagai *gatekeeper* adalah orang yang berperan penting dalam media massa seperti surat kabar, majalah, televisi, radio, internet dan lain lain. Dengan demikian mereka yang disebut *gatekeeper* antara lain reporter, editor berita, bahkan editor film atau orang lain dalam media massa yang ikut menentukan arus informasi yang disebarkan.

## 4) Filter

Filter adalah kerangka pikir melalui mana *audience* menerima pesan. Filter ibarat sebuah *bingkai* kaca tempat *audience* bisa melihat dunia.

Filter akan mempengaruhi kuantitas atau kualitas pesan yang diterima dan respon yang dihasilkan. (nurudin, 2014:96-133)

### **2.3 Pemanfaatan**

Menurut Kamus Besar Bahasa Indonesia (KBBI) pemanfaatan berasal dari kata dasar manfaat yang berarti guna atau bisa diartikan berfaedah. Pemanfaatan memiliki makna proses, cara atau perbuatan memanfaatkan. Pemanfaatan adalah suatu kegiatan, proses, cara atau perbuatan menjadikan suatu yang ada menjadi bermanfaat. Istilah pemanfaatan berasal dari kata dasar manfaat yang berarti faedah, yang mendapat imbuhan pe-an yang berarti proses atau perbuatan memanfaatkan. Pengertian pemanfaatan dalam penelitian ini adalah turunan dari kata “manfaat”, yaitu suatu perolehan atau pemakaian hal-hal yang berguna baik dipergunakan secara langsung maupun tidak langsung agar dapat bermanfaat.

### **2.4 Perkembangan Teknologi Komunikasi**

#### **2.4.1 Sejarah Perkembangan Teknologi Komunikasi**

Mempelajari teknologi komunikasi tidak lain menggali sejarah perkembangan teknologi itu sendiri. Dengan mempelajari perkembangan teknologi komunikasi ini manusia jadi tahu apa teknologi paling sederhana yang pernah digunakan untuk membantu berkomunikasi. Ini juga bisa menggambarkan kekurangan manusia zaman dahulu dengan ditunjukkan pada hasil teknologinya.

Secara sederhana teknologi atau bisa disebut dengan alat bantu bisa ditelusuri saat manusia menggunakan media sebagai alat berkomunikasi.

Tulisan di gua, symbol-simbol benda, atau sekadar gambaran di tanah liat tak lain bentuk dari teknologi komunikasi. Karena kapasitas otak manusia waktu itu masih terbatas, mereka menggunakan jeritan, siulan, erangan, desahan sebagai alat bantu berkomunikasi, jika kita memahami teknologi itu sebagai alat bantu. Bukankah sebagaimana dikatakan Everett M. Rogers (1986) bahwa teknologi itu meliputi *software* dan *hardware*? Bisa jadi alat bantu diluar itu disebut *hardware* sementara perangkat lunak yang melekat pada manusia itu disebut *software*.

#### **2.4.2 Teknologi dan Dampaknya Bagi Manusia**

Teknologi dibuat tentu saja untuk mempermudah aktivitas manusia. Teknologi telah memaksa manusia untuk menemukan banyak hal. Misalnya, penemuan satelit telah memunculkan teknologi yang memanfaatkannya (telepon, internet, dan kemudahan dalam mendapatkan informasi melalui media massa).

Namun demikian, teknologi juga mempunyai dampak negative. Dengan dampak negative, membuat manusia harus berpikir sedemikian rupa, bagaimana cara mengatasinya. Misalnya saja, muncul dampak radiasi teknologi telepon genggam pada otak manusia. Kemampuan manusia dengan didukung teknologi yang dibuatnya akan berpikir ulang, bagaimana mengatasi dampak itu, tak terkecuali munculnya virus-virus lain yang diakibatkan oleh teknologi. Intinya adalah dengan teknologi ciptaannya, memaksa manusia untuk berpikir, bagaimana mengatasi dampak yang ditimbulkannya. (nurudin, 2017:5)



### 2.4.3 Asal-usul Istilah Teknologi

Jika dilihat dari asal-usulnya, kata teknologi berasal dari kata “*textere*” yang berarti “*to weave*” (menenun) atau *to construct* (membangun). Menenun dan membangun mempunyai makna, yakni menyatukan yang berserakan untuk dijadikan satu dengan fungsi baru.

Secara sempit teknologi bisa jadi berarti hanya perangkat keras (*hardware*) saja, secara luas bisa berarti *hardware* dan *software* (perangkat lunak). Jika kita menyebut teknologi komunikasi, bisa diartikan sebagai perangkat keras, struktur-struktur organisasional dan nilai sosial yang dikoleksi, diproses, serta menjadi pertukaran informasi individu dengan lainnya.

Sejarah teknologi komunikasi seiring dengan histori manusia itu sendiri. Dengan kata lain, jika kita berbicara tentang teknologi modern sekarang ini, berarti tahapan peradaban manusia juga sudah setara, begitu juga pemikiran manusia yang sudah dianggap mumpuni, tentu bisa dikatakan mencerminkan kemajuan perkembangan teknologi komunikasi.

Pada dasarnya manusia adalah makhluk teknologi. Tanpa ada teknologi dalam arti *hardware*, manusia itu penentu segala bentuk perkembangan di masyarakatnya. Jika teknologi *hardware* diartikan sebagai perangkat yang mendukung manusia dalam aktivitasnya, maka individu itu pula yang menentukan aktivitasnya. Inilah yang dinamakan manusia teknologi. Dalam hal ini, kita tidak akan terlibat pembicaraan terlalu jauh, apakah teknologi adalah manusia itu sendiri atau yang diciptakan manusia, tetapi kita lebih

focus pada kenyataan bahwa teknologi diciptakan oleh manusia sebagai makhluk teknologi. (nurudin, 2017:6-7)

## 2.5 Aplikasi

Pengertian tentang aplikasi menurut berasal dari Bahasa Inggris, yaitu “*To Apply*” yang artinya menerapkan atau terapan. Namun pengertian mengenai aplikasi secara umum adalah suatu paket program yang sudah jadi dan dapat digunakan. Sedangkan arti aplikasi adalah “program computer yang dibuat untuk menolong manusia dalam melaksanakan tugas tertentu.”

Selain itu pengertian aplikasi merupakan satu unit perangkat lunak yang dibuat untuk melayani kebutuhan akan beberapa aktivitas seperti sistem perniagaan, *game*, pelayanan masyarakat, periklanan, atau semua proses yang hamper dilakukan manusia. (Huda, 2011:11-12)

Menurut Tirtobisono (2009:2) aplikasi adalah istilah yang digunakan untuk pengguna computer bagi pemecahan masalah. Biasanya istilah aplikasi dipasangkan atau digabungkan dengan suatu perangkat lunak.

Menurut Misky dalam bukunya yang berjudul Kamus Informasi & Teknologi (2005:11) *application* adalah *software* yang dibuat suatu perusahaan computer untuk mengerjakan tugas-tugas tertentu, misalnya Microsoft Word, Microsoft Excel.

## 2.6 YouTube

YouTube adalah situs portal video yang sering diakses oleh para pengguna internet, juga mempunyai fitur berbagi video (*video sharing*) sehingga dapat dilihat oleh siapapun yang mengklik video tersebut. terdapat didalamnya

berbagai macam video seperti *tutorial*, video music, berita dan lain-lain. Walaupun penonton tidak mendaftarkan akunnya, mereka tetap juga bisa melihat postingan video pada situs yang sangat sering diakses oleh masyarakat sekarang ini.

Situs berbagi video yang sering diakses masyarakat ini didirikan tiga mantan karyawan *PayPal* pada tahun 2005, yaitu Chad Hurley, Steve Chen dan Jawed Karim. Pada 13 November 2006, Google membeli situs tersebut dengan biaya sebesar 1,65 Triliyun Dollar. Kantor pusat saat ini berada di San Bruno, California. *YouTube* menawarkan beberapa fitur, yaitu:

- a. Mencari video, situs ini adalah kumpulan berbagai macam video yang telah diunggah, jelas bahwa *YouTube* terdapat berbagai macam video. Penggunanya dapat mencari berbagai macam video dengan mengetikkan kata kunci di bagian pencarian.
- b. Memutar video, setelah penggunanya mendapatkan video yang diinginkan, hanya dengan mengkliknya penonton dapat langsung memutar video tersebut, tentu saja agar video lancar saat diputar, koneksi internet sangat penting demi kelancaran saat menontonnya.
- c. Menunggah (mengupload) video, akun penonton yang sudah terdaftar dengan *YouTube*, mereka dapat mengunggah videonya kedalam akunnya. Dengan syarat telah terdaftar, semakin besar videonya maka semakin mempengaruhi lamanya waktu saat mengunggah video tersebut.

- d. Mengunduh (*mendownload*) video, video yang ada di dalam *YouTube* dapat juga *download* penonton dan gratis. Ada banyak cara seperti *copy* alamat *URL* yang ada dalam video tersebut, lalu di *paste* ke dalam situs *convert* video.
- e. Berlangganan (*Subscrib*), fitur gratis ini berfungsi bagi pengguna untuk bisa berlangganan (*subcrib*) video terbaru dari akun yang sudah kita klik tombol *subscribenya*. Pemberitahuan langsung didapatkan melalui kotak masuk yang ada di *email* penggunanya.
- f. *Live streaming* (siaran langsung), adalah fitur yang dimiliki internet bagi pemilik konten ataupun pengguna yang sudah memiliki akun *YouTube* tentunya sangat berguna. Asalkan terhubung dengan koneksi internet ataupun memiliki kuota yang memadai, semua dapat menyaksikan video yang sedang berlangsung saat itu. (Akbar, 2018:29-32)

Selain memiliki fitur yang menarik, *YouTube* juga memiliki beberapa fungsi yang dapat dimanfaatkan penggunanya. Menurut Abraham A. dalam bukunya yang berjudul *Sukses menjadi Artis dengan YouTube* adalah sebagai berikut:

- a. Memperluas interaksi berdasarkan kesamaan nilai yang dimiliki masing-masing individu, kesamaan karakteristik tertentu, ataupun pernah berinteraksi dalam kurun waktu tertentu, sehingga melahirkan nostalgia yang dapat dirasakan bersama.

- b. Menambah wawasan atau pengetahuan dengan sarana *Information, Sharing* dan *Comment*.
- c. Pencitraan atau memasarkan diri dalam arti positif, dalam hal ini juga berkaitan dengan prestige dan keamanan untuk *update* teknologi informasi.
- d. Media transaksi dan pemikiran dalam hal perdagangan, politik, budaya bahkan dimungkinkan juga di bidang pendidikan.
- e. Dalam eskalasi lebih lanjut bisa juga sarana ini sebagai media intelejen, pengungkapan berbagai kejahatan hokum, media pertolongan dan sarana *Citizen Journalism*.
- f. Selanjutnya mungkin adalah sebagai media rekreatif atau cuci mata setelah ditempa beratnya beban pemikiran, misalnya melihat film lucu, penemuan baru, permainan *game* dan lain sebagainya.

## **2.7 Televisi**

Prinsip televisi ditemukan oleh Paul Nipkow dari Jerman pada tahun 1884, namun baru tahun 1928 Vladimir Zworyn (Amerika Serikat) menemukan tabung kamera atau iconoscope yang bisa menangkap dan mengirim gambar ke kotak bernama televisi. Iconoscope bekerja mengubah gambar dari bentuk gambar optis ke dalam sinyal elektronis untuk selanjutnya diperkuat dan ditumpangkan kedalam gelombang radio. Zworyn dengan bantuan Philo Farnsworth berhasil menciptakan pesawat televisi pertama yang dipertunjukkan kepada umum pada pertemuan World's Fair pada tahun 1939.

Perang Dunia ke-2 sempat menghentikan perkembangan televisi. Namun setelah perang usai, teknologi baru yang telah disempurnakan selama perang berhasil mendorong kemajuan televisi. Kamera televisi baru tidak lagi membutuhkan terlalu banyak cahaya sehingga para pengisi acara distudio tidak lagi kepanasan. Selain itu, layar televisi sudah menjadi lebih besar, terdapat lebih banyak program yang tersedia dan sejumlah stasiun televisi local mulai membentuk jaringan. Pesawat televisi berwarna mulai diperkenalkan kepada public pada tahun 1950-an. Siaran televisi berwarna dilaksanakan pertama kali oleh stasiun televisi NBC pada tahun 1960 dengan menayangkan program siaran berwarna selama tiga jam setiap harinya.

Siaran televisi di Indonesia dimulai pada tahun 1962 saat TVRI menayangkan langsung upacara hari ulang tahun kemerdekaan Indonesia yang ke-17 pada tanggal 17 Agustus 1962. Siaran langsung itu masih terhitung sebagai siaran percobaan. Secara resmi TVRI baru dimulai 24 Agustus 1962 jam 14.30 WIB yang menyiarkan secara langsung upacara pembukaan Asian Games ke-4 dari stadion utama Gelora Bung Karno. Sejak pemerintah Indonesia membuka TVRI, maka selama 27 tahun penonton televisi di Indonesia hanya dapat menonton satu saluran televisi. Barulah pada tahun 1989, pemerintah memberikan izin operasi kepada kelompok usaha Bimantara untuk membuka stasiun televisi RCTI yang merupakan televisi swasta pertama di Indonesia, disusul kemudian dengan SCTV, Indosiar, ANTV dan TPI.

Gerakan reformasi pada tahun 1998 telah memicu perkembangan industry media massa khususnya televisi. Seiring dengan itu, kebutuhan masyarakat

terhadap informasi juga semakin bertambah. Menjelang tahun 2000 muncul hamper secara serentak lima televisi swasta baru (Metro, Trans, TV7, Lativi, dan Global) serta beberapa televisi daerah yang saat ini jumlahnya mencapai puluhan stasiun televisi local. Tidak ketinggalan pula munculnya televisi berlangganan yang menyajikan berbagai program dalam dan luar negeri. (Morissan, 2009:6-10)

Dalam buku Empat Windu TVRI disebutkan pula bahwa media televisi mengalami perubahan teknologi secara bertahap. Televisi generasi pertama adalah televisi hitam-putih. Di sini sinar pantul setelah melewati istem lensa akan terbentuk gambar proyeksi hitam putih. Gambar proyeksi ini langsung diubah menjadi sinyal gambar proyeksi hitam putih. Maka jadilah siaran televisi hitam putih yang di Indonesia kita kenal tahun 60-an.

Dalam perkembangan selanjutnya, sinar pantul setelah dilewatkan system lensa, disalurkan juga sebuah prisma/*dichroic* sehingga terbentuklah tiga warna dasar, yakni merah(*red*), hijau(*green*), dan biru(*blue*) yang membentuk gambar proyeksi berwarna. Tiga gambar proyeksi yang mengandung warna dasar RGB inilah selanjutnya masing-masing diubah menjadi sinyal gambar proyeksi merah, hijau, dan biru yang juga akan menghasilkan proyeksi berwarna di layar televisi. Televisi generasi kedua adalah televisi warna. Ada tiga system di dalam tv warna, yakni:

- a. *Phase Alternating Line* (PAL) : 625 garis/detik – 60 Hertz
- b. *National Television System Committess* (NTSC) : 525 garis/detik – 50 Hertz

c. *Sequential Colour a'Memoar* (SECAM) : 825 garis/detik – 50 Hertz.

Untuk bisa mengubah system, baik dari PAL ke NTSC, dari PAL ke SECAM, dari NTSC ke SECAM, dari SECAM ke PAL dan atau sebaliknya bisa menggunakan *conversion unit* (*converter*). Televisi generasi ini memiliki rasio layar 4:3.

Selanjutnya televisi generasi ketiga adalah *High Definition TV* (HDTV). Televisi generasi ketiga inilah yang menjamin kesempurnaan tontonan. HDTV (*Hi-Vision*) dapat dikatakan sebagai televisi masa depan. HDTV mempunyai ukuran rasio layar 16:9, dengan demikian ukuran layar lebih besar dibandingkan pesawat televisi warna generasi kedua.

Jepang menjadi negara pertama di dunia yang mengembangkan tv warna system NTSC ke HDTV, yang di Jepang sendiri disebut *Hi-Vision*. Adapun perkembangan ini berdampak berubahnya garis *scanning* 525 garis/detik menjadi 1125 garis/detik. Aspek rasio layar dari 4:3 menjadi 16:9, *interface ratio* sama dari 2:1 ke 2:1, daerah frekuensi dari 59,94 Hertz ke 60 Hertz dan modulasi sinyal suara dari FM ke *Dynanic Sound* (PCM).

Perbedaan system antara HDTV dan NTSC dapat dilihat dalam tabel berikut:

**Tabel 2.1 Perbedaan system HDTV dan NTSC**

<b>Item</b>	<b>HDTV</b>	<b>NTSC</b>
Banyak garis per detik	1125	525
Ukuran rasio	9:16 (3:5, 3:3)	9:12 (3:4)
Jarak garis	2:1 (jarak scanning)	2:1 (jarak scanning)
Frekuensi	60 Hz	59,94 Hz
Modulasi signal suara	PCM	FM

**Sumber: Baksin, 2016:11**



Dengan berbagai kelebihan yang dimiliki system HDTV maka televisi di masa depan akan mampu memberikan kepuasan lebih kepada masyarakat, di samping juga akan bermanfaat bagi dunia pendidikan, hiburan periklanan, kesehatan, wawancara/diskusi panel jarak jauh, perfilman dan kepustakaan.

HDTV dengan ukuran rasio layar 16:9 dengan system suara PCM memberikan kualitas gambar dan suara sangat prima. VCR (*video camera recorder*) dan HDTV menciptakan bioskop rumah (*home cinema*) yang mampu memberikan kepuasan keluar. (Baksin, 2016: 8-11)

### **2.7.1 Karakteristik Televisi**

Sebagai media komunikasi massa, televisi memiliki empat ciri pokok yaitu:

#### **a. Bersifat tidak langsung**

Televisi adalah satu jenis dan bentuk media massa yang paling canggih dilihat dari sisi teknologi yang digunakan, dan paling mahal dilihat dari segi investasi yang ditanamkan. Televisi sangat bergantung pada kekuatan peralatan elektronik yang sangat rumit. Inilah yang disebut media teknis.

Sifat padat teknologi dan padat modal inilah yang menyebabkan televisi sangat kompromistik dengan kepentingan pemilik modal serta nilai-nilai komersial arus kapitalisme global. Salah satu eksisnya, bahasa televisi tidak jarang tampil vulgar. Sarat dengan dimensi kekerasan dan sadism atau bahkan terjebak dalam eksploitasi seks secara vulgar. Kecaman demi kecaman pun terus mengalir dari public yang peduli masa depan bangsa. Untuk sebagian kecil, kecaman demi kecaman itu membuahkan hasil.

Terbukti dengan adanya beberapa upaya dari pihak pengelola televisi untuk memperkecil dampak negative tayangan acara-acara yang dinilai merisaukan dan meresahkan masyarakat. Tetapi untuk sebagian besar, tak ada titik temu yang memuaskan. Akhirnya masing-masing jalan sendiri-sendiri. (sumadiria, 2016:128-129)

b. Bersifat satu arah

Siaran televisi bersifat satu arah. Kita sebagai pemirsa hanya bisa menerima berbagai program acara yang sudah dipersiapkan oleh pihak pengelola televisi. Kita tidak bisa menyela, melakukan interupsi saat itu agar suatu acara disiarkan atau tidak disiarkan. Memang benar dalam acara siaran langsung kita bisa menelepon atau berinteraksi. Tetapi itu pun tetap tidak bisa optimal. Hanya satu-dua menelepon yang bisa diterima dan diudarkan secara langsung saat itu. Secara prinsip umpan balik pemirsa televisi tetap bersifat tertunda.

Menurut teori komunikasi massa, kita sebagai khalayak televisi bersifat aktif dan selektif. Jadi meskipun siaran televisi bersifat satu arah, tidak berarti kita pun menjadi pasif. Kita aktif mencari acara yang kita inginkan. Kita selektif untuk tidak menonton semua acara yang ditayangkan. Kita melakukannya sesuka hati, setiap saat, karena factor kemudahan adanya alat pengendali saluran. Tetapi kehadiran alat ini pun, tidak serta-merta mengurangi tingkat kecemasan masyarakat, terutama kalangan pendidik, budayawan dan agamawan. Kita juga merasakan dan menyaksikan sendiri,

ternyata dari hari ke hari semakin banyak saja acara yang tidak mencerdaskan dan memuliakan bangsa. (sumadiria, 2016:129)

c. Besifat Terbuka

Televisi ditujukan kepada masyarakat secara terbuka ke berbagai tempat yang dapat dijangkau oleh daya pancar siarnya. Artinya, ketika siaran televisi mengudara, tidak ada lagi apa yang disebut pembatasan letak geografis, usia biologis dan bahkan tingkatan akademis khalaya. Siapa pun dapat mengakses siaran televisi. Di sini khalayak televisi bersifat anonim dan heterogen. Anonim berarti khalayak tidak saling mengenal satu sama lain. Heterogen berarti khalayak terdiri atas berbagai latar belakang usia, jenis kelamin, suku, bahasa agama, budaya, dan perilaku sosialnya. (sumadiria, 2016:129-130)

d. Publik Tersebar

Khalayak televisi tidak berada di suatu wilayah, tetapi tersebar di berbagai wilayah dalam lingkup lokal, regional, nasional, dan bahkan internasional. Kini, di Indonesia tumbuh subur stasiun televisi lokal yang siarannya hanya menjangkau suatu kota, atau paling luas beberapa kota dalam radius puluhan km saja dari pusat kota yang menjadi focus wilayah siarannya itu. Di Bandung saja, terdapat tiga stasiun televisi lokal. Dalam perspektif komersial, public tersebar sangat menguntungkan bagi para pemasang iklan. Untuk televisi komersial, iklan adalah darah dan urat nadi hidupnya. (sumadiria, 2016:130)

e. Bersifat Selintas

Pesan-pesan televisi hanya dapat dilihat dan didengar secara sepintas. Siarannya tidak dapat dilihat dan didengar ulang oleh pemirsa kecuali dalam hal-hal khusus seperti pada adegan ulang secara lambat (*slow-motion play back*) atau dengan alat khusus seperti perekam *video cassette recorder* (VCR). Sifatnya yang hanya dapat dilihat sepintas ini, sangat memengaruhi cara-cara penyampaian pesan. Selain harus menarik, bahasa pesan yang disampaikan televisi harus mudah dimengerti dan dicerna oleh khalayak pemirsa tanpa menimbulkan kebosanan.

Bahasa televisi bersifat audiovisual, didengar sekaligus dilihat. Kita bahkan bisa mengatakan, televisi adalah suara yang bergambar atau gambar yang bersuara. Bahasa jenis inilah, yang menimbulkan dampak luar biasa kepada khalayak pemirsa meskipun disampaikan secara selintas. Bahasa jenis ini lazim disebut sebagai aspek dramatic televisi yang tidak dimiliki media radio dan surat kabar. Aspek dramatic televisi menggabungkan tiga kekuatan sekaligus: kekuatan gambar, suara, dan kata-kata. Inilah yang disebut efek bersamaan dan efek simultan televisi. (sumadiria, 2016:130-131)

### **2.7.2 Prinsip Menulis Untuk Televisi**

Menulis untuk televisi pada dasarnya untuk mata dan telinga sekaligus. Gambar boleh bagus, tajam, dan kontras. Tetapi kalau tidak disertai suara atau kata-kata, maka tetap saja gambar itu hanya layak disebut gambar bisu. Sebaliknya, suara dan kata-kata itu tidak dilengkapi gambar, maka hasilnya

tidak lebih dari sebuah laporan berita radio. Dalam jurnalistik televisi, gambar bisu dan suara tanpa gambar semacam ini termasuk cacat teknis yang secara prinsip tidak boleh terjadi. Kalau sampai sering terjadi, maka kredibilitas stasiun televisi tersebut dipersoalkan. Khalayak pemirsa akan menilai stasiun televisi demikian tidak profesional.

Bahasa televisi, dirancang secara teknis untuk memadukan gambar, kata-kata dan suara sekaligus pada saat bersamaan dan simultan. Para pakar media massa, untuk itu telah membuat sejumlah pedoman, asas, prinsip dan kiat-kiat praktis cara menulis untuk televisi. Morissan misalnya, dalam *Jurnalistik Televisi Mutakhir* memaparkan sedikitnya terdapat 15 prinsip penulisan naskah berita televisi agar sesuai dengan kaidah bahasa jurnalistik. (sumadiria, 2016:131)

a. Gaya ringan bahasa sederhana

Tulisan naskah dengan gaya ringan dan bahasa yang sederhana sehingga dapat dibaca dengan singkat dan mudah. Ingat, bahwa kalimat bukan untuk dibaca melainkan untuk diceritakan kepada pemirsa. Suatu berita mungkin mengandung informasi itu sehingga mudah dimengerti tanpa harus kehilangan maksud dan tujuannya. Kalimat dalam naskah berita harus maksimal terdiri atas 20 kata, satu kalimat satu gagasan, menghindari anak kalimat, ubah gaya birokrat dan militeristik menjadi ungkapan lugas dan mudah dimengerti masyarakat luas.

b. Gunakan prinsip ekonomi kata

Prinsip ekonomi kata adalah prinsip penggunaan kata-kata secara efektif dan efisien. Penggunaan kata-kata dan kalimat tidak boleh berlebihan, yaitu hanya sebatas yang benar-benar diperlukan untuk bisa menyampaikan informasi se jelas mungkin. Kalimat yang jelas memang biasanya singkat, sederhana dan lugas, bukan yang panjang, apalagi berbelit-belit. Hindarilah kata atau ungkapan yang tidak perlu atau kalau dihilangkan tidak memengaruhi arti kalimat. Kata atau ungkapan semacam itu bisa disebut sebagai kata atau ungkapan mubazir. Cara melaksanakan prinsip ekonomi kata adalah dengan menghindari kata-kata mubazir, seperti bahwa, oleh, adalah, untuk, agar, supaya, dari, tentang, mengenai dan telah atau sudah pada konteks tertentu.

c. Gunakan ungkapan lebih pendek

Gunakan kata atau ungkapan yang lebih pendek. Contoh: menggelar aksi unjuk rasa diganti dengan berunjuk rasa atau berdemonstrasi, menyampaikan orasi (berorasi), dewasa ini (kini), meninggal dunia (meninggal), menderita kerugian (rugi), memperoleh untung (untung), orang Indonesia yang berada di Amerika (orang Indonesia di Amerika), rapat yang mengambil tempat di balai kota (rapat di balai kota), tidak menepati janji (ingkar janji), tidak bersedia menerima hadiah (menolak hadiah).

d. Gunakan kata sederhana

Naskah televisi harus bisa dengan mudah dimengerti orang yang memiliki kosa kata terbatas. Karena itu gunakan kata atau ungkapan sederhana dan biasa didengar masyarakat luas. Contoh: *Polisi masih mengidentifikasi korban* (kalimat agak sulit dimengerti awam). Seharusnya: *Polisi masih menyelidiki nama dan alamat korban* (kalimat lebih sederhana).

e. Gunakan kata sesuai konteks

Gunakan kata sesuai kebiasaan dengan memperhatikan konteks penggunaannya, khususnya dalam berita yang terkait dengan hukum. Contoh, *tersangka* yaitu orang yang diduga kuat sebagai pelaku tindak pidana. *Terdakwa*, seorang tersangka yang sudah diadili di pengadilan. *Terpidana* atau *terhukum*, seorang terdakwa yang sudah dijatuhi hukuman oleh hakim. *Tergugat*, orang yang dituntut (digugat) dalam kasus perdata. *Penggugat*, pihak penggugat dalam kasus perdata. *Jemaah*, dalam (dalam konteks Islam) dan *jemaat* (dalam konteks kaum Kristiani)

f. Hindari ungkapan bombastis

Hindari ungkapan yang bias, hiperbol atau bombastis, contoh: hancur berantakan, ludes dilalap si jago merah, luluh lantak, gegap-gempita, hilang tak berbekas, pecah berkeping-keping, segudang pengalaman, sejuta persoalan, terkejut setengah mati.

g. Hindari istilah teknis tidak dikenal

Sebisa mungkin hindari singkatan atau istilah teknis birokratis, yuridis, dan militeristik yang tidak umum dikenal, kecuali yang sudah sangat umum digunakan masyarakat. Jika kata-kata tersebut terpaksa digunakan, sertakan penjelasannya.

h. Hindari ungkapan klise dan eufemisme

Hindari ungkapan klise dan eufemisme yang bisa menyesatkan. Untuk ungkapan klise, contohnya: memasyarakatkan olah raga dan mengolahragakan masyarakat, si jago merah, buah simalakama, bertekuk lutut. Untuk eufemisme, contohnya: penyesuaian harga (kenyataan kenaikan harga), diamankan (kenyataan ditahan), dirumahkan (kenyataannya diskor), dinonaktifkan (kenyataannya dipecat).

i. Gunakan kalimat tutur

Kalimat-kalimat yang terdapat pada naskah berita hendaknya merupakan kalimat tutur atau percakapan yang akrab dan santai. Namun bukan percakapan yang acak-acakan gramatikanya dan tidak akurat seperti sering terjadi dalam percakapan di pasar. Kalimat tutur yang dapat diambil sebagai contoh adalah ketika seseorang berpidato atau berceramah tanpa teks. Untuk mengkaji apakah kalimat yang ditulis merupakan kalimat percakapan, maka ucapkanlah kalimat itu. Bila terasa masih seperti membaca koran, segeralah tulis ulang.



j. Reporter harus objektif

Kalimat berita haruslah objektif. Dalam menyampaikan atau menulis pernyataan sumber, reporter tidak boleh terkesan terlibat atau larut dalam retorika sumber. Reporter harus tetap sebagai pemantau (*observer*) yang netral dan objektif. Pilih kata-kata atau ungkapan konkret karena memberikan kesan lebih kuat, objektif, dan terukur. Sedangkan kata-kata atau ungkapan abstrak bersifat subjektif karena menggunakan kata sifat (adjektif).

k. Jangan mengulangi informasi

Jangan mengulangi informasi yang sudah disampaikan dalam intro ke bagian lain dari naskah berita. Kesalahan ini sering dilakukan reporter pemula. Harap diingat, bahwa naskah berita itu dimulai dari kata pertama intro hingga kata terakhir di bagian penutup berita.

l. Istilah harus diuji kembali

Istilah-istilah harus terus-menerus diuji kembali apakah masih relevan dan kontekstual dengan situasi yang berkembang. Istilah negara dunia ketiga (*third world countries*) dulu sering digunakan oleh media barat. Namun kini istilah itu telah ditinggalkan, digantikan dengan istilah negara berkembang (*developing countries*).

m. Harus kalimat aktif dan terstruktur

Kalimat berita haruslah merupakan kalimat aktif, yaitu siapa melakukan apa dan siapa mengatakan apa. Setiap kalimat pada naskah berita hendaknya mengikuti struktur subjek-objek-predikat. Jangan

menggunakan keterangan atau anak kalimat pembuka (*introductory clause*).

n. Jangan terlalu banyak angka

Jangan terlalu banyak meletakkan angka dalam suatu kalimat, kecuali diberikan grafik khusus agar penonton dapat mencerna informasi yang didengarnya. Angka dan statistic memiliki relevansi dan arti bagi pemirsa. Untuk ini reporter atau penulis harus membantu pemirsa untuk memahami laporan statistic secara lebih baik.

o. Hati-hatilah mencantumkan jumlah korban

Jika mendapat berita yang sangat penting (*breaking news*) mengenai bencana atau kerusuhan yang harus segera disiarkan, maka berhatiphati ketika mencantumkan jumlah korban atau kerugian. Sebaiknya reporter menahan diri untuk tidak terburu-buru menyebutkan angka korban. Beberapa penulis bahkan cenderung mengambil versi jumlah korban yang tertinggi untuk mendramatisasi bertia. Ini adalah tindakan yang kurang bertanggung jawab.

Jika situasi telah tenang dan angka pasti telah diperoleh, penonton akan mengetahui bahwa stasiun televisi tertentu telah melebih-lebihkan jumlah korban. Situasi ang kacau dari lokasi kejadian akan sangat mudah menimbulkan kesalahan informasi. Beberapa sumber seperti kepolisian dan rumah sakit dapat memberikan angka yang berbeda. Dalam situasi seperti ini, berikan jumlah korban atau kerusuhan dalam angka kisaran. (sumadiria, 2016:131-135)

## 2.8 Berita

Secara sosiologis, berita adalah semua hal yang terjadi di dunia. Dalam gambaran yang sederhana, seperti dilukiskan dengan baik oleh para pakar jurnalistik, berita adalah apa yang ditulis surat kabar, apa yang disiarkan radio, dan apa yang ditayangkan televisi. Berita menampilkan fakta, tetapi tidak setiap fakta merupakan berita. Berita biasanya menyangkut orang-orang, tetapi tidak setiap orang bisa dijadikan berita. Berita merupakan sejumlah peristiwa yang terjadi di dunia, tetapi hanya sebagian kecil saja yang dilaporkan.

Banyak orang mendefinisikan berita sesuai dengan sudut pandangnya masing-masing. Dengan kata lain, dapat dikatakan bahwa belum ada definisi berita secara universal. Untuk memperkuat penyajian atas peristiwa apa yang sedang kita pantau dan bagaimana menyajikannya, reporter pencari berita harus mempunyai definisi sendiri mengenai lingkup pekerjaannya.

Berita dapat diklasifikasikan ke dalam dua kategori, yaitu berita berat (*Hard News*) dan berita ringan (*Soft News*). Selain itu, berita juga dapat dibedakan menurut lokasi peristiwanya, di tempat terbuka atau di tempat tertutup. Sedangkan berdasarkan sifatnya, berita bisa dipilah menjadi berita diduga dan berita tak diduga. Berita berat menunjuk pada peristiwa yang mengguncangkan dan menyita perhatian seperti kebakaran, gempa bumi, kerusuhan. Sedangkan berita ringan menunjukkan pada peristiwa yang lebih bertumpu pada unsur-unsur ketertarikan manusiawi, seperti pesta pernikahan bintang film, rekreasi dan lain lain.

Berdasarkan sifatnya, berita terbagi atas berita diduga dan berita tak terduga. Berita diduga adalah peristiwa yang direncanakan atau sudah diketahui sebelumnya, seperti pemilihan umum, peringatan hari-hari bersejarah. Proses penanganan berita yang sifatnya diduga disebut *making news*. Artinya kita berupaya untuk menciptakan dan merekayasa berita. Proses penciptaan dan perekayasa berita itu dilakukan melalui tahapan perencanaan diruang rapat redaksi, diusulkan dalam rapat proyeksi, dikonsultasikan dengan pemimpin redaksi, dilanjutkan dengan observasi, serta ditegaskan dalam interaksi dan konfirmasi dilapangan. Semua melalui prosedur manajemen peliputan yang baku, jelas, terstruktur dan terukur.

Berita tak terduga adalah peristiwa yang sifatnya tiba-tiba, tidak direncanakan dan tidak diketahui sebelumnya, seperti kereta api terguling, kecelakaan, bencana alam dan lainnya.

(<http://repository.usu.ac.id/bitstream/handle/123456789/20229/Chapter%20II.pdf?sequence=4&isAllowed=y> diakses pada tanggal 23 Januari 2020 pukul 11.29 WIB)

Untuk menguji apakah suatu informasi layak menjadi berita, Mencher membaginya ke dalam tujuh nilai berita sebagai berikut:

a. *Timeless: Event that are immediate recent*

Artinya, kesegeraan waktu. Peristiwa yang baru-baru ini terjadi atau actual.

b. *Impact: Events that are likely to effect many people*

Artinya, suatu kejadian yang dapat memberikan dampak terhadap orang banyak.

c. *Prominence: Event involving well-known people or institutions*

Artinya, suatu kejadian yang mengandung nilai keagungan bagi seseorang maupun lembaga.

d. *Proximity: Events geographically or emotionally close to the reader, viewer or listener*

Artinya, suatu peristiwa yang ada kedekatannya dengan seseorang, baik secara geografis maupun emosional.

e. *Conflict: Event that reflect clashes between people or institutions*

Artinya, suatu peristiwa atau kejadian yang mengandung pertentangan antara seseorang, masyarakat atau lembaga.

f. *The unusual: Events that deviate sharply from the expected and the experiences of everyday life*

Artinya, sesuatu kejadian atau peristiwa yang tidak biasanya terjadi dan merupakan pengecualian dari pengalaman sehari-hari.

g. *The currency: Events and situations that are being talked about*

Artinya, hal-hal yang sedang menjadi bahan pembicaraan orang banyak. (Baksin, 2016: 50-51)

### **2.8.1 Jenis-jenis Berita Televisi**

Pada prinsipnya penyelenggaraan siaran di stasiun televisi umum terbagi menjadi dua, yakni siaran karya artistic dan karya jurnalistik. Siaran

karya jurnalistik merupakan produksi acara televisi yang mengutamakan kecepatan penyampaian informasi, realitas atau peristiwa yang terjadi. Sedangkan karya artistik, sesuai dengan namanya, merupakan produksi acara televisi yang menekankan pada aspek artistic dan estetik, sehingga unsur keindahan menjadi unggulan dan daya tarik acara semacam ini.

Sama halnya seperti berita di media cetak, dalam jurnalistik televisi juga terdapat beberapa jenis berita televisi. Onong Uchyana Effendy membagi berita televisi dalam beberapa jenis, yakni warta berita, siaran pandangan mata, wawancara udara, dan komentar.

a. Warta Berita (*Straight Newscast*)

Warta berita atau berita langsung adalah terjemahan dari *straight newscast* atau *spot newscast* atau *spot news*, yaitu jenis berita yang merupakan laporan tercepat mengenai suatu peristiwa yang terjadi di masyarakat. Masa siaran warta berita biasanya terdiri atas sejumlah berita yang disiarkan setiap jam sekali selama kira-kira 15 menit.

Pola penyusunan kisah berita (*news story*) televisi hampir sama saja dengan pola kisah berita media massa lainnya. Walaupun ada perbedaan, maka perbedaannya disebabkan ciri-ciri dan sifat media massa yang menyiarkannya.

Penyusunan berita tv umumnya mengikuti pola yang mencakup factor-faktor sebagai berikut:

### 1) Rumus 5 W & 1 H

Rumus 5 W & 1 H ini amat terkenal di kalangan wartawan media massa apa pun juga, karena memang harus menjadi darah daging wartawan. Dalam menyusun berita seorang wartawan sudah tidak perlu lagi mengingat-ingat apa yang ada pada berita yang sedang disusunnya itu.

Yang dimaksud dengan berita yang harus mengandung 5 W & 1 H ialah suatu berita harus lengkap dengan jawaban-jawaban dari pertanyaan di bawah ini:

- a) *What* (apa) : peristiwa apa yang terjadi?
- b) *Who* (*siapa*) : siapa yang terlibat dalam peristiwa itu
- c) *Where* (*dimana*) : di mana terjadinya peristiwa itu?
- d) *When* (*kapan*) : kapan terjadinya peristiwa itu?
- e) *Why* (*mengapa*) : mengapa terjadinya demikian?
- f) *How* (*bagaimana*) : bagaimana terjadinya?

Adalah ideal apabila sebuah berita lengkap dengan jawaban dari semua pertanyaan tersebut. Tetapi biasanya, karena setiap berita harus disiarkan secepat-cepatnya, maka unsur *why* sering ditinggalkan. Mengapa suatu peristiwa terjadi sering kali tidak diketahui dengan segera.

## 2) Bentuk piramida terbalik

Dalam jurnalistik pada umumnya dikenal tiga bentuk kisah berita: berita: piramida terbalik (*inverted pyramid*), piramida baku (*standard pyramid*), dan system blok (*block system*).

Bentuk piramida terbalik dipergunakan untuk menyusun kisah berita yang nilai beritanya penting, yang dengan sendirinya perlu disiarkan secepatnya kepada khalayak.

Bentuk piramida terbalik itu sendiri terdiri atas dua bagian, yakni teras berita (*lead*) dan tubuh berita (*body*). Dalam berita surat kabar teras berita itu adalah alinea pertama, sedangkan dalam berita tv adalah yang pertama kali dibacakan penyiar. Teras atau *lead* adalah bagian terpenting dari kisah berita atau dapat dikatakan klimaksnya, tubuh atau *body* merupakan bagian besar dari kisah berita yang meliputi segi-segi yang berturut-turut: penting, agak penting, kurang penting, dan kalau masih ada tempat, juga yang tidak penting. Berita tv biasanya hanya membatasi diri pada hal-hal yang terpenting dan penting saja, disebabkan waktunya terbatas.

Piramida baku adalah bentuk susunan kisah berita yang mengandung minat insani, misalnya yang aneh, mengharukan, menggembarakan, mengagetkan, dan sebagainya. Kisah yang biasanya singkat itu, disusun secara kronologis, mulai dari segi yang kurang penting, meningkat ke tahap-tahap agak penting dan penting. Berbeda dengan bentuk piramida terbalik, pada bentuk piramida baku klimaks terdapat di akhir kisah. Untuk



menyusun kisah seperti itu diperlukan keahlian khusus, karena sejak permulaan sampai akhir harus tetap memikat (*sustained interest*).

Bentuk system blok dipergunakan untuk kisah yang relative tidak penting, tetapi patut diketahui khalayak. Pada bentuk ini tidak terdapat klimaks, dengan kata lain setiap aspek mempunyai kadar yang sama, misalnya berita mengenai pembangunan masjid di sebuah desa, mahasiswa yang melakukan kuliah kerja, pertandingan olah raga antar SMU dan sebagainya.

Dalam realitas di lapangan ketika seorang reporter televisi diterjunkan hampir semua teori tersebut sudah melebur dalam diri reporter. Maksudnya reporter sudah tidak perlu memikirkan darimana dia akan memulai, apalagi berita – berita *spot news* yang mendadak dan spontan, misalnya demo mahasiswa atau kecelakaan lalu lintas di jalan raya.

#### b. Pandangan Mata (*On the Spot Telecast*)

Jika penonton tidak puas dengan tayangan jenis berita *straight newscast* maka ada pilihan lain yang kandungan informasinya lebih lengkap dan mendalam dibandingkan jenis berita yang pertama. Jenis berita pandangan mata inilah yang menjadi suplemen atau pelengkap dari tayangan berita televisi untuk memberikan kepuasan pada penonton terhadap berita-berita *spot* yang biasa ditontonnya. Jenis berita ini merupakan salah satu kekuatan sekaligus daya tarik televisi dalam menyaingi pemberitaan media cetak dewasa ini.

Mengenai laporan pandangan mata (LPM) ini Soewardi menyebutnya sebagai siaran langsung dari tempat terjadinya peristiwa (*on the spot reporting*). Kemudian, karena perkembangannya, mungkin saja LPM itu tidak disiarkan tepat pada waktu peristiwa terjadi, tetapi diundur beberapa waktu. Peristiwa itu direkam sebagai suatu acara LPM, dan arena suatu hal diundurkan penyiaran. Pengunduran siaran (*delayed broadcasting*) ini tidak mengubah sifat acara itu, tetap LPM kecuali jika dilakukan editing, yaitu dibuang beberapa bagian tertentu. Acara ini tidak dapat lagi disebut LPM, tetapi acara biasa yang direkam terlebih dahulu. Sifat utama LPM ialah bahwa ia tidak mengalami proses editing dan langsung dari tempat terjadinya peristiwa.

Dalam tugasnya reporter lebih bersifat memberikan penjelasan (*to annotate*) daripada memberikan ulasan (*to commentate*) karena penonton sendiri melihat sendiri apa yang sedang berlangsung.

#### c. Wawancara Udara (*Interview on the Air*)

Dewasa ini jenis berita wawancara udara sedang digandrungi. Meskipun penonton televisi hanya mampu mendengarkan langsung dari narasumber, beritanya lebih factual karena langsung dari narasumbernya. Pemberitaan semacam ini adalah wawancara yang dilakukan antara pewawancara (*interviewer*) dengan tewawancara (*interviewee*).

Program ini banyak mendapat perhatian dari masyarakat karena *interviewee* dapat diperoleh keterangan *first hand* (tangan pertama) dari orang yang bersangkutan. Tidak seperti wawancara oleh wartawan yang

hasilnya kemudian dijadikan bahan *straight newscast*. Selain beritanya terlalu singkat, kemungkinan beritanya menjadi bias juga bisa terjadi karena sudah diolah dahulu oleh redaksi. Dalam penyiaran *straight newscast* hasil wawancara hanya berlangsung tidak lebih dari dua menit, sementara wawancara udara umumnya berlangsung rata-rata 10 menit. *Interviews on the air* dapat diklasifikasikan menjadi dua jenis:

1) *Informational Interview*

Adalah wawancara yang bersifat informatif antara *interviewer* (reporter) tv dengan seseorang mengenai ide, pendapat, pandangan atau informasi tentang suatu hal. Tanya jawab dengan menteri luar negeri mengenai Sidang Umum PBB atau dengan seseorang ketua partai mengenai kongres yang akan diselenggarakan juga termasuk kategori ini.

2) *Personality Interview*

Adalah tanya jawab mengenai pribadi *interviewee* sendiri. Wawancara dengan seorang yang tenar (bintang film, ratu kecantikan, guru teladan, juara olahraga, dan lainnya), mengenai pengalamannya, umurnya, pendidikannya, hobinya dan sebagainya adalah contoh *personality interviewee*.

Dalam pelaksanaan *interview* itu penyaji memperdengarkan suara *interviewer* dan pengambilan gambar *interviewee*. Penampilan audio harus tepat dengan penampilan visualnya. Dalam hal ini pengarah berita harus betul-betul cekatan.

Wawancara udara tidak selamanya dilangsungkan distudio, kadang-kadang juga di luar studio, baik secara khusus atau sebagai suplemen dalam program penyiaran peristiwa kenegaraan atau pertandingan olahraga.

Untuk program *interview on the air* jenis apapun, seorang *interviewer* tv harus melakukan persiapan matang-matang. Tanpa persiapan yang matang *interview* akan berjalan kaku dan terbata-bata. Problem yang sering terjadi dalam program ini ialah terjadinya *camera fright* atau takut kamera dalam diri *interviewee*. Oleh karena itu *rehearsel* atau latihan mutlak perlu.

#### d. Komentar (*Commentary*)

*Commentary* atau komentar adalah uraian yang bersifat analisis dengan titik tolak suatu fakta yang telah disiarkan sebelumnya pada program *straight newscast*. Jadi komentar bersifat *reporting in depth*. Karena sifatnya analisis, komentar kadang dinamakan analisis dan, komentar kadang dinamakan analisis dan orang menyampaikan disebut *commentator* dan *analyst*.

*Dalam* menghadapi suatu topic, seorang komentator harus mempunyai kemampuan untuk:

- 1) Menyelami fakta yang dikupasnya lebih dalam
- 2) Menyelami latar belakang peristiwa
- 3) Menyelidiki orang yang berperan dalam peristiwa
- 4) Menentukan suatu sikap

5) Menyajikan pandangan kedepan.

JB *Wahyudi* membagi jenis-jenis berita televisi menjadi dua, yakni:

a. Berita Terkini

Berita terkini adalah uraian peristiwa dan atau pendapat yang mengandung nilai berita dan terjadi pada hari ini (*news of the day*). Berita terkini bersifat *time concern*, yaitu penyajiannya sangat terikat pada waktu. Makin cepat makin baik. Dengan syarat, nilai beritanya harus kuat.

Berita terkini dapat disajikan dalam dua bentuk, yakni:

1) Berita langsung (*straight news*) untuk berita kuat (*hard/spot/soft news*)

Yaitu uraian fakta dan atau pendapat yang hanya mengandung inti-inti 5W + 1H, dan uraiannya dimulai dari yang terpenting menuju yang kurang penting. Fakta dan atau pendapat yang dilaporkan itu hanya dilihat dari satu sudut atau sosok hingga bersifat *linier*.

Fakta disini diartikan sebagai suatu seperti apa adanya, tidak ditambah dan tidak dikurangi. Fakta bersifat suci dan penyajiannya harus tepat dan jelas sehingga tidak menimbulkan keraguan dan pengertian orang lain.

Opini adalah pendapat yang dilandasi oleh selera pribadi sehingga bersifat bebas karena selera setiap orang berbeda. Interpretasi adalah pendapat yang dilandasi oleh fakta yang ada sehingga pasti benar. Itulah sebabnya interpretasi dapat disebut sebagai bunga berita karena dapat memberikan nilai lebih pada penyajian suatu berita.

## 2) Berita mendalam (*Indepth news*)

Yaitu uraian fakta dan atau pendapat yang mengandung nilai berita, dengan menempatkan fakta atau pendapat itu pada mata rantai dan merefleksikannya dalam dalam konteks permasalahan yang lebih luas. Fakta dan atau pendapat itu dilihat dari banyak sudut atau aspek sehingga bersifat multilinier. Ada beberapa bentuk berita mendalam, yaitu:

- a) Berita komprehensif
- b) Berita interpretative
- c) Berita investigative

Perbedaan khas antara ketiga bentuk berita mendalam tadi adalah bahwa pada berita komprehensif fakta yang diuraikan diletakkan pada suatu system sosial tertentu, sedangkan pada berita interpretative fakta yang diuraikan ditempatkan pada system sosial tertentu. Dengan kata lain berita komprehensif merupakan uraian terperinci yang selain memperhatikan segi konteks dan kaitan langsung dengan fakta yang diuraikan juga dikaitkan langsung dengan fakta yang diuraikan juga dikaitkan dengan nilai-nilai lain yang berlaku, sedangkan pada berita interpretative fakta yang diuraikan hanya dikaitkan dengan fakta yang berkaitan langsung.

Ciri khas berita investigative terletak pada pencarian fakta tersembunyi dengan cara menelusuri jejak dari peristiwa dan atau pendapat yang sudah diketahui atau fakta di permukaan.

### 3) Berita berkala

Selanjutnya JB Wahyudi memberikan batasan tentang berita berkala sebagai uraian fakta dan pendapat yang pendapat yang nilai beritanya kurang kuat, sehingga penyajiannya kepada khayalak tidak terikat pada waktu. Uraian bersifat linier dan eksploratif. Termasuk dalam jajaran berita berkala adalah:

#### a) Laporan eksploratif

Adalah uraian mengenai fakta dan atau pendapat yang diperoleh dengan cara menggali (*explore*). Disini topic bahasan sudah ditentukan, lalu digali berbagai permasalahan yang ada dengan cara terjun langsung ke lapangan.

Topic bahasan yang dipilih masih bersifat umum, kemudian digali lebih mendalam untuk mencari permasalahan yang ada, dan selanjutnya permasalahan ini dibandingkan dengan tujuan yang hendak dicapai.

#### b) Laporan khas (*feature*)

Laporan khas atau *feature* adalah uraian fakta yang bersifat khas atau unik, seperti pemulung, pengemis di persimpangan jalan, penjaja koran atau masalah, pengamen, dan lain sebagainya, diuraikan secara terperinci. Mengingat fakta yang diuraikan bersifat khas atau unik, cara penyajian dan penyusunan naskah juga harus bersifat sederhana dengan memberikan penekanan pada hal yang bersifat khas atau unik tersebut.

- (a) Apa yang dikerjakan pemulung terhadap sampah
  - (b) Apa yang dicari
  - (c) Dijual kemana sampah yang dipilih
  - (d) Berapa pendapat perhari
  - (e) Berapa jam bekerja setiap hari
  - (f) Untuk apa penghasilan itu
- c) Berita analisis

Berita analisis adalah uraian fakta dan pendapat yang bersifat analisis. Dengan kata lain, berita analisis adalah uraian yang disusun setelah fakta dan pendapat yang akan diuraikan dipilih menjadi fakta dan pendapat utama serta fakta dan pendapat yang timbul sebagai akibat adanya fakta dan pendapat utama tersebut.

d) *Human Interest*

Berita *human interest* adalah fakta yang dapat memberikan sentuhan rasa insani atau rasa kemanusiaan. Fakta di sini bisa mengenai apa saja, asalkan mengandung nilai atau rasa yang mampu memberikan sentuhan rasa insani.

e) Majalah Udara

Majalah adalah gabungan uraian fakta atau pendapat yang dirangkai dalam satu wadah atau mata acara. Pada radio dan televisi disebut majalah udara.



Ada majalah yang isinya homogeny, yang disebut majalah khusus, dan ada pula yang isinya heterogen, yang disebut majalah umum.

(Baksin, 2016: 83-98)

## **2.9 KOMPAS TV**

Stasiun televisi ini hadir menggantikan stasiun televisi yang pernah dimiliki oleh KOMPAS Gramedia, yaitu TV7. Sejak saham TV7 dibeli oleh pihak Trans Corp yang berdiri dibawah kepemimpinan Chairul Tanjung pada tahun 2006 dan nama TV7 diganti menjadi Trans7, maka saham KOMPAS Gramedia terhadap Trans7 menurun menjadi hampir setengah dari Trans Corp.

Pada tanggal 9 September 2011, KOMPAS TV resmi diluncurkan dalam acara Simfoni Semesta Raya yang disiarkan oleh beberapa stasiun televisi berjaringan lokal daerah. Pada 11 September 2011, KOMPAS TV mengubah logonya yaitu dengan menghilangkan tulisan "TV" pada logo tersebut, dan tulisan "TV" tersebut kembali digunakan mulai 5 Oktober 2012 hingga 19 Oktober 2017.

Pada tahun 2013, KOMPAS TV memegang hak siar Bundesliga dan Series A. KOMPAS TV pernah menayangkan ajang balap mobil Formula 1. Pada awalnya KOMPAS TV di Jabodetabek bersiaran di frekuensi 28 UHF dengan menggandeng stasiun televisi lokal KTV, tetapi mulai tanggal 28 Juni 2015, KOMPAS TV di Jabodetabek pindah frekuensi menjadi 25 UHF. Frekuensi ini dulunya digunakan oleh TV Plus! sebelum pindah frekuensi ke 32 UHF dan berganti nama menjadi Megaswara TV.

Pada tanggal 28 Januari 2016, KOMPAS TV berfokus menjadi saluran berita dalam perhelatan Suara Indonesia. Pada tanggal 19 Oktober 2017, KOMPAS TV mengubah logonya dengan menghilangkan ikon "K" pada logo tersebut dan slogannya menjadi "Independen | Tepercaya", bertepatan dengan acara Rosi Special: Launching Rumah Pilkada 2018. Pada tanggal 29 Juli 2018, untuk pertama kalinya KOMPAS TV menyiarkan turnamen olahraga elektronik Grand Final Mobile Legends Southeast Asia Cup 2018. ([https://id.wikipedia.org/wiki/KOMPAS\\_TV](https://id.wikipedia.org/wiki/KOMPAS_TV) diakses pada tanggal 22 Januari 2020 pukul 22.47 WIB)

**Tabel 2.2 KOMPAS TV**

KOMPAS TV	
PT Cipta Megaswara Televisi <sup>[1]</sup>	
	
Diluncurkan	<a href="#">9 September 2011</a>
Pemilik	<a href="#">KOMPAS Gramedia</a>
	<a href="#">4:3SDTVPAL</a> (2011-2014)
Format gambar	<a href="#">16:9HDTV PAL/SECAM/NTSC</a> (downscaled to <a href="#">16:9SDPAL</a> for <a href="#">SDTV</a> television) (2014-sekarang)
	Inspirasi Indonesia (9 September 2011-28 Januari 2016)
	Berita dan Informasi (2015-2016)
Slogan	Berita dan Inspirasi Indonesia (28 Januari 2016-19 Oktober 2017)
	Independen   Tepercaya (19 Oktober 2017-sekarang)

Negara	 <a href="#">Indonesia</a>
Wilayah siar	<a href="#">Nasional</a>
Kantor pusat	Menara KOMPAS Lt. 6, Jl. Palmerah Selatan No. 21, <a href="#">Jakarta Pusat</a> 10270 <a href="#">Indonesia</a>
Saluran seinduk	<a href="#">KTV</a> (2011-sekarang)
Situs web	<a href="http://www.KOMPAS.tv">www.KOMPAS.tv</a>

Sumber: [https://id.wikipedia.org/wiki/KOMPAS\\_TV](https://id.wikipedia.org/wiki/KOMPAS_TV)

### 2.9.1 KOMPAS TV Biro Medan

**Tabel 2.3 KOMPAS TV Biro Medan**

Nama Perusahaan	PT. Kompas TV Media Informasi
Alamat	Jl. KH. Wahid Hasyim No. 37 Kel. Babura Kec. Medan Baru, Medan 20154
Koordinator	Bastian Walter Siahaan
Telepon	061-4141060
Website	<a href="http://www.kompastv.com">www.kompastv.com</a>
Slogan	Independen dan Terpercaya
Tahun Pendirian	2015
Channel	59 UHF
Segment	News

Sumber: Penelitian tahun 2020

KOMPAS TV Medan merupakan televisi berjaringan atau televisi daerah dari KOMPAS TV Jakarta. Kantor KOMPAS TV Medan beralamat di Jl. KH. Wahid Hasyim No. 37 Kel. Babura Kec. Medan Baru, Medan 20154. Awalnya KOMPAS TV merupakan TV yang masih berformat informasi dan entertainment namun belakangan KOMPAS TV beralih menjadi media TV berita.

Sejak Juni, KOMPAS TV Biro Medan memiliki 6 anggota. KOMPAS TV Medan memiliki siaran televisi dan memiliki program acara mulai awal bulan Desember 2015. KOMPAS TV Medan awalnya hanya bisa dinikmati dari TV kabel. Sejak Desember 2015 KOMPAS TV Medan sudah berkembang dan dapat dinikmati melalui antenna UHF di channel 59 UHF.

a. Program KOMPAS TV Biro Medan

Tahun 2015, KOMPAS TV Medan memiliki program acara sendiri yaitu:

1) KOMPAS NEWS MEDAN

Program ini menyajikan berita-berita yang berisi informasi seputar peristiwa yang terjadi di Sumatera Utara

2) KOMPAS SEPEKAN

Merupakan program yang menyajikan berita yang ada di Sumatera Utara selama sepekan.

### 3) PESONA SUMUT

Program ini menyajikan informasi seputar hal-hal bersejarah atau sebuah tempat rekreasi yang ada di Sumatera Utara.

### 4) RELIGI

- a) Menjaga Hati berupa program acara religi Islami di KOMPAS TV Medan yang berisi ceramah agama dari ustadz pada saat acara di pengajian-pengajian yang ada di Kota Medan dan sekitarnya
- b) Jalan Kasih berupa program religi Kristen di KOMPAS TV Medan yang berisi khutbah dari pendeta saat acara keagamaan di gereja.

### 5) BINCANG SUMUT

Bincang Sumut merupakan program acara talkshow atau perbincangan yang membahas seputar persoalan sosial, politik, dan budaya di Sumatera Utara.

## **BAB III**

### **METODE PENELITIAN**

#### **3.1 Jenis Penelitian**

Dalam penelitian yang akan peneliti buat menggunakan pendekatan deskriptif- kualitatif. Karena judul penelitiannya adalah “Pemanfaatan Aplikasi Youtube Sebagai Sarana Menyebarkan Berita oleh KOMPAS TV Biro Medan”. Metode penelitian kualitatif ialah penelitian yang bermaksud untuk memahami fenomena tentang apa yang dialami oleh subjek penelitian. Untuk jenisnya peneliti menggunakan penelitian lapangan (Field Research), yaitu peneliti berangkat ke lapangan untuk mengadakan pengamatan tentang suatu fenomena dalam suatu keadaan alamiah. Dalam hal ini peneliti terjun langsung untuk mewawancarai subjek. (usman, 2006:5)

#### **3.2 Kerangka Konsep**

Kerangka konsep merupakan suatu bentuk kerangka berpikir yang dapat digunakan sebagai pendekatan dalam memecahkan masalah. Biasanya kerangka penelitian ini menggunakan pendekatan ilmiah dan memperlihatkan hubungan antar variabel dalam proses analisisnya.

Konsep utama dalam penelitian ini adalah Pemanfaatan Aplikasi Youtube Sebagai Sarana Menyebarkan Berita oleh KOMPAS TV Biro Medan. Untuk memudahkan penjelasan ini, maka konsep penelitian sebagai berikut :



**Bagan 3.1 Kerangka Konsep**

**Sumber: Penelitian tahun 2020**

### **3.3 Definisi Konsep**

Definisi konsep adalah penjabaran mengenai kerangka konsep. Untuk memperjelas dan menyederhanakan beberapa konsep uraian teoritis dalam penelitian maka penulis menyederhanakan beberapa konsep tersebut sebagai berikut :

- a. KOMPAS TV Biro Medan, adalah sebuah stasiun televisi lokal Sumatera Utara yang dijadikan sebagai wadah para wartawan/jurnalis untuk mempublikasikan berita, menyalurkan informasi.
- b. Aplikasi Youtube, adalah situs portal video yang sering diakses oleh para pengguna internet, juga mempunyai fitur berbagi video (*video sharing*) sehingga dapat dilihat oleh siapapun yang mengklik video tersebut. terdapat didalamnya berbagai macam video seperti *tutorial*, video music, berita dan lain-lain.

- c. Berita, merupakan informasi yang terbaru, penting dan menarik untuk diketahui oleh masyarakat luas. Informasi yang terdapat diberita harus berupa fakta.

### 3.4 Kategorisasi Penelitian

Berdasarkan kerangka konsep diatas, lebih lanjut lagi agar teori tersebut jelas penggunaannya maka teori yang ada diterjemahkan kedalam kategorisasi sebagai berikut :

**Tabel 3.1 Kategorisasi Penelitian**

<b>Variabel</b>	<b>Definisi</b>	<b>Kategorisasi</b>
KOMPAS TV Biro Medan	Merupakan sebuah stasiun televisi berjaringan atau televisi daerah dari KOMPAS TV Jakarta	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Media</li> <li>• Tujuan</li> </ul>
Aplikasi Youtube	Merupakan situs portal video yang sering diakses oleh pengguna internet dan juga mempunyai fitur berbagi video sehingga dapat dilihat siapapun	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Penggunaan</li> <li>• Manfaat</li> <li>• Subscriber</li> </ul>
Berita	Berisi informasi yang menarik, terbaru dan berisi oleh fakta-fakta dari suatu kejadian	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Jenis berita</li> <li>• Kriteria berita</li> </ul>



### **3.5 Narasumber**

Narasumber adalah orang atau pelaku yang benar-benar tahu dan menguasai masalah, serta terlibat langsung dengan masalah penelitian. Dalam konteks ini, narasumber pada penelitian ini yaitu Karyawan KOMPAS TV Biro Medan, yaitu Bastian Walter sebagai Kepala Biro KOMPAS TV Medan, Bahri Nasri sebagai Produser KOMPAS TV Biro Medan dan Putra Perwira Guna Lubis sebagai Produser KOMPAS TV Biro Medan.

### **3.6 Teknik Pengumpulan Data**

Pengumpulan data penelitian dimaksudkan sebagai pencatatan peristiwa atau karakteristik dari sebagian atau seluruh elemen populasi penelitian. Pengumpulan data penelitian dapat dilakukan berdasarkan cara-cara tertentu.

#### **a. Wawancara**

Wawancara adalah percakapan dengan maksud tertentu. Percakapan itu dilakukan oleh dua pihak, yaitu: pewawancara yang mengajukan pertanyaan dan terwawancara yang memberikan jawaban atas pertanyaan itu. Dalam penelitian ini peneliti akan mewawancarai karyawan KOMPAS TV Biro Medan dan memberikan pertanyaan yang bersangkutan dengan penelitian untuk mendapatkan data utama terkait dengan pemanfaatan aplikasi youtube sebagai sarana menyebarluaskan berita.

### **3.7 Teknik Analisis Data**

Dalam penelitian ini, peneliti akan menggunakan analisis data model Miles dan Huberman. Menurut Miles dan Huberman (1986) menyatakan bahwa analisis data kualitatif menggunakan kata-kata yang selalu disusun

dalam sebuah teks yang diperluas atau yang dideskripsikan. Untuk proses analisis data model ini ada tiga proses, yaitu:

- a. Reduksi Data merupakan suatu proses pemilihan, pemusatan perhatian pada penyederhanaan, pengabstrakan, dan transformasi data “kasar” yang muncul dari catatan-catatan tertulis dari lokasi penelitian. Reduksi data ini berlangsung secara terus-menerus selama kegiatan penelitian berorientasi kualitatif berlangsung.
- b. Data merupakan sekumpulan informasi tersusun yang memberi kemungkinan adanya penarikan kesimpulan dan pengambilan tindakan.
- c. Penarikan Kesimpulan dalam proses ini adalah membuat pernyataan atau kesimpulan secara bulat tentang suatu permasalahan yang diteliti dalam bahasa yang deskriptif dan bersifat interaktif. (pujileksono, 2015:152)

### **3.8 Waktu dan Lokasi Penelitian**

Lokasi penelitian ini penulis menentukan dan mengambil objek atau lokasi di salah satu televisi lokal yaitu KOMPAS TV Biro Medan. Waktu penelitian di mulai dari tanggal 4 Juni 2020 hingga Juli 2020.

## **BAB IV**

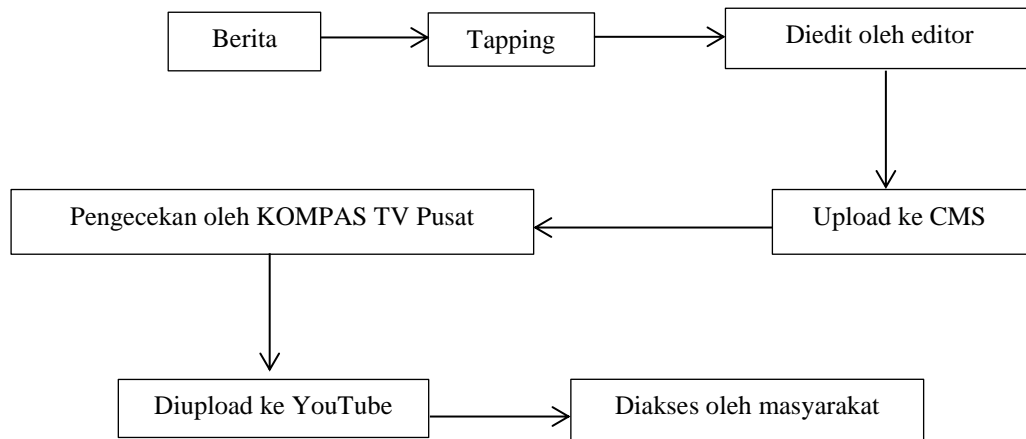
### **HASIL PENELITIAN**

#### **4.1 Hasil Penelitian**

Penelitian kualitatif peneliti dituntut untuk dapat menggali data berdasarkan apa yang diucapkan, dirasakan dan dilakukan oleh sumber data. Pada penelitian kualitatif hasil yang didapatkan berdasarkan sebagaimana yang terjadi di lapangan, yang dialami, dirasakan dan dipikirkan oleh narasumber.

Demikian juga permasalahan yang hendak dijawab pada bab ini adalah Penggunaan Aplikasi Youtube Sebagai Sarana Menyebarkan Berita Oleh KOMPAS TV Biro Medan. Berdasarkan penjelasan diatas maka penelitian ini dilakukan pada tanggal 4 Juni 2020 yang dilakukan di kantor KOMPAS TV Biro Medan dengan 3 orang narasumber yang diteliti sebagai berikut; 1. Bastian Walter sebagai Kepala Biro KOMPAS TV Medan, 2. Bahri Nasri sebagai produser KOMPAS TV Biro Medan, 3. Putra Perwira Guna Lubis sebagai produser KOMPAS TV Biro Medan.

Melalui hasil wawancara, ditemukan bahwa KOMPAS TV Biro Medan merepackage hasil tayangan yang akan dijabarkan dalam bentuk bagan sebagai berikut:



**Bagan 4.1 Proses Repackage Tayangan KOMPAS TV Biro Medan**

**Sumber: Penelitian tahun 2020**

Dari bagan diatas dapat dilihat bahwasannya berita yang didapat dan diolah menjadi naskah kemudian akan berlanjut pada tahap tapping, yang mana video tapping akan diedit oleh editor KOMPAS TV Biro Medan. Video yang diedit oleh editor tentu saja dibawah pengawasan produser dan sesuai dengan arahan produser. Setelah video selesai akan diupload ke CMS atau Content Management System oleh teknisi dari KOMPAS TV Biro Medan. Video yang masuk ke dalam CMS akan sampai kepada pihak KOMPAS TV Jakarta yang bertanggung jawab dalam konten digital. Video yang telah dicek oleh pihak KOMPAS TV Jakarta, akan diupload ke YouTube KOMPAS TV dan akan muncul juga ke YouTube KOMPAS TV Biro Medan, yang kemudian bisa diakses oleh masyarakat.

Menurut narasumber 2 KOMPAS TV Biro Medan melakukan repackage hasil tayangan untuk mempermudah masyarakat dalam mengakses berita. Selain itu masyarakat dapat melihat tayangan KOMPAS TV Biro Medan

dimana saja dan kapan saja tanpa harus melihat melalui saluran televisi yang mana tayangan tidak dapat diulang kembali. Narasumber 3 juga memaparkan, KOMPAS TV Biro Medan mengikuti perkembangan teknologi yang dimana saat ini masyarakat memiliki kecenderungan dalam mengakses sosial media. Keberadaan *gadget* mengubah kebiasaan masyarakat yang dulunya terbiasa mendapatkan informasi dari tayangan televisi, radio, ataupun dari media cetak. Masyarakat yang membutuhkan informasi yang cepat tentu akan menjadikan *gadget* sebagai media utama untuk mendapatkan informasi.

Narasumber 2 memaparkan, KOMPAS TV Biro Medan juga mengembangkan hasil repackaging tayangan ke media sosial Instagram, Facebook hingga TikTok yang belakangan ini diminati oleh masyarakat. Merepackage tayangan ke media lain selain *YouTube* merupakan sebuah keuntungan bagi KOMPAS TV Biro Medan untuk mendapatkan *viewers*. Selain itu dengan adanya portal-portal video *online* ini ternyata dimanfaatkan dengan baik oleh KOMPAS TV Biro Medan untuk penerapan distribusi tayangannya.

Manfaat yang didapatkan oleh KOMPAS TV Biro Medan menurut narasumber 1 dan narasumber 2, selain *viewers* tentunya dari segi bisnis juga diuntungkan. Respon yang diberikan oleh masyarakat maupun klien menjadi salah satu manfaat yang didapatkan ketika merepackage tayangan ke portal video *YouTube*.

Antara KOMPAS TV dengan stasiun televisi lainnya tentu saja memiliki perbedaan. Seperti yang dipaparkan oleh narasumber 2, KOMPAS TV

memiliki standar tersendiri. Dan perbedaannya dapat dilihat dari template, character generic atau yang dikenal dengan CG, warna, serta font yang digunakan. Tak hanya itu, narasumber 1 juga memaparkan bahwa KOMPAS TV Biro Medan memiliki branding, memiliki sensor, serta menyertakan kaidah-kaidah jurnalistik. Selain itu KOMPAS TV Biro Medan juga menggunakan unsur 5W+1H.

KOMPAS TV Biro Medan sebagai media massa televisi yang berkewajiban menyebarkan informasi kepada khalayak, tentunya membentuk tim untuk menangani masalah penyebaran informasi yang merupakan salah satu tugas media massa dalam manajemennya. Dengan dibentuknya tim creator konten, KOMPAS TV Biro Medan bekerjasama dalam mengembangkan *channel* YouTubenanya. Tim kreator konten bertugas untuk membuat, merancang, bagaimana mendesain konten yang bagus agar dilirik dan ditonton oleh *viewers*.

Selain hasil wawancara, penulis juga mendapatkan informasi terkait saat sedang melakukan penelitian. Penggunaan kalimat juga diperhatikan oleh pihak KOMPAS TV Biro Medan. Pemilihan kata yang tepat merupakan salah satu kendala bagi editor. Kata yang digunakan untuk judul video di YouTube tidak boleh mengandung makna kekerasan atau *violence*. Selain itu editor memberitahu penulis bahwasannya penggunaan tagar atau yang biasa dikenal dengan hastag juga menjadi salah satu strategi untuk mendapatkan *viewers*. Hal tersebut dikarenakan masyarakat yang ingin tahu akan suatu kejadian tentu

akan menuliskan *keyword* tersebut dan kemudian akan muncul video yang menggunakan atau mengandung kata tersebut didalam pencarian mereka.

Kemajuan teknologi saat ini juga mendorong KOMPAS TV Biro Medan untuk mengikuti perkembangan zaman. Masyarakat masa kini cenderung menggunakan bahasa yang tidak baku. Menurut narasumber 3, KOMPAS TV Biro Medan yang masih membawa semangat KOMPAS contohnya dalam hal bahasa. KOMPAS TV yang merupakan media massa terbiasa menggunakan kalimat baku. Akan tetapi jika ingin merepackage tayangan ke sosial media yang cenderung di dominasi oleh kaum muda, KOMPAS TV Biro Medan harus menjelma menjadi seseorang yang berkecimpung langsung dikonten digital.

KOMPAS TV Biro Medan harus mendobrak atau melanggar semangat KOMPAS TV yang ada. Karena penggunaan bahasa yang terlalu baku terpaksa diubah menjadi kalimat yang biasa digunakan oleh masyarakat demi menjadi seseorang yang berkecimpung didunia konten digital. Bahasa tersebut merupakan salah satu tantangan bagi KOMPAS TV Biro Medan.

Menurut narasumber 2, selain terkendala dari semangat KOMPAS TV sendiri dan dari bahasa, KOMPAS TV Biro Medan juga mendapatkan kendala dari materi. Peristiwa yang tidak terjadi setiap hari merupakan kendala bagi KOMPAS TV Biro Medan untuk membuat sebuah berita. Kebutuhan masyarakat akan informasi membuat KOMPAS TV Biro Medan harus terus mencari berita untuk diinformasikan ke masyarakat luas.

Narasumber 2 dan 3 mamparkan, untuk berita yang direpackage oleh KOMPAS TV Biro Medan saat ini masih bergantung pada apa yang diproduksi. KOMPAS TV Biro Medan mengupload *hardnews*, maupun *softnews*. Akan tetapi saat ini yang lebih mendominasi di channel YouTube KOMPAS TV Biro Medan adalah bulletin, *news*. Hal tersebut karena KOMPAS TV Biro Medan mendapatkan arahan untuk lebih focus dalam merepackage jenis berita tersebut.

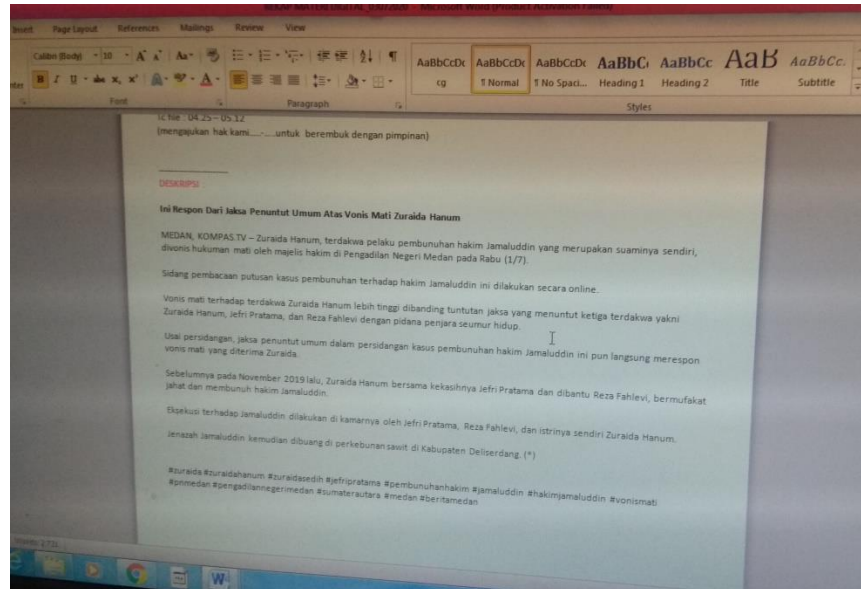
Untuk mendapatkan *subscriber* yang banyak, KOMPAS TV Biro Medan tentu harus memiliki strategi. Menurut narasumber 3, KOMPAS TV Biro Medan saat ini menaikkan *subscriber* dengan perlahan. Artinya KOMPAS TV Biro Medan tidak ingin menggunakan cara-cara curang seperti membeli *subscriber*. KOMPAS TV Biro Medan juga memahami jika berfokus menaikkan *subscriber*, maka dari sisi kontennya yang akan terkorbankan. KOMPAS TV Biro Medan berharap *subscriber* dan konten berjalan secara parallel atau seimbang.



**Gambar 4.1 Channel YouTube KOMPAS TV Biro Medan pada tanggal 11 Juli 2020**

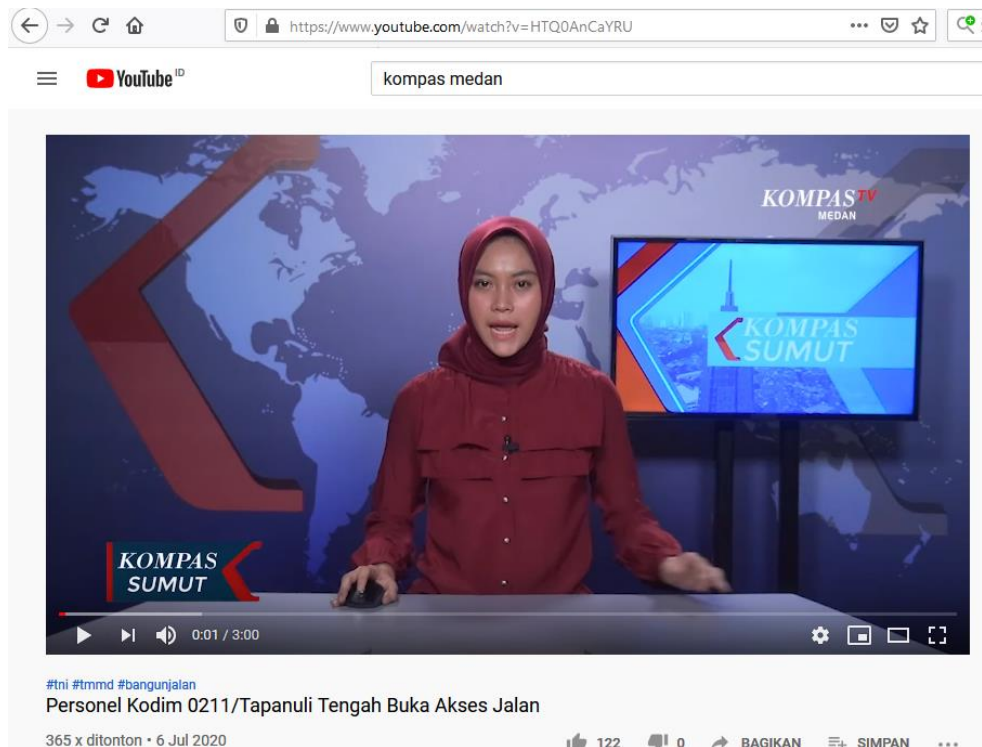


KOMPAS TV Biro Medan saat ini tercatat memiliki 6,09 ribu *subscriber* dan sudah 1.171.644 kali ditonton oleh *viewers*.



**Gambar 4.2 Contoh Naskah Berita Repackage YouTube**

KOMPAS TV Biro Medan pun memiliki naskah yang berbeda dengan yang akan ditayangkan ke televisi. Untuk YouTube, pihak KOMPAS TV Biro Medan melakukan sedikit *editing* dalam segi bahasa yang disesuaikan dengan yang biasa digunakan oleh masyarakat. Tetapi KOMPAS TV Biro Medan juga tidak melanggar kode etik jurnalistik, dan tetap berpacu pada kode etik jurnalistik.



**Gambar 4.3 Salah Satu Tayangan Repackage KOMPAS TV Biro Medan**

Tayangan repackage KOMPAS TV Biro Medan menggunakan logo KOMPAS TV sebagai salah satu ciri khas dari KOMPAS TV sendiri. Selain itu KOMPAS TV Biro Medan juga menggunakan *hashtag* untuk menambah jumlah *viewers*.

#### 4.2 PEMBAHASAN

KOMPAS TV merupakan sebuah perusahaan media yang menyajikan konten tayangan televisi inspiratif dan menghibur untuk masyarakat Indonesia. Konten program tayangan KOMPAS TV menekankan pada eksplorasi Indonesia baik kekayaan alam, khazanah budaya, Indonesia kini hingga talenta berprestasi. Sebagai televisi berjaringan, KOMPAS TV tayang perdana pada tanggal 9 September 2011 di sepuluh kota di Indonesia yaitu Medan, Palembang, Jakarta, Bandung, Semarang, Yogyakarta, Surabaya,

Denpasar, Banjarmasin, dan Makassar. Jumlah kota tersebut bertambah pada kuartal ketiga tahun 2011 dan sepanjang tahun 2012. Kini, televisi berjaringan KOMPAS TV berjumlah 13 televisi dan akan terus bertambah seiring dengan datangnya era televisi digital.

KOMPAS TV juga menyediakan kanal televisi berbayar pertama di Indonesia yang memiliki kualitas *High Definition (HD)*. Kualitas *High Definition* menyajikan gambar dengan resolusi tinggi sehingga pemirsa dapat menikmati detail gambar dengan kontur jelas dan warna yang lebih tajam. KOMPAS TV sebagai pionir kualitas *High Definition* juga tengah mengarah pada system televisi digital sesuai standar yang lazim digunakan secara internasional. KOMPAS TV tentu memperhatikan kualitas program tayangan yang ditampilkan.

Penggunaan teknologi seperti YouTube merupakan salah satu bentuk atau proses komunikasi. Melalui perangkat digital tersebut, masyarakat dengan mudah mengirim dan mengakses berbagai macam informasi dalam bentuk tayangan video. Selain itu timbal balik (*feedback*) dapat dilakukan dengan memberi komentar sehingga pengguna YouTube dapat saling berinteraksi dengan sesama pengguna lainnya atau bahkan dengan orang yang mengunggah video tersebut.

#### **4.2.1 KOMPAS TV Biro Medan Sebagai Pelaku Komunikator**

Menurut Claude E. Shannon dan Warren Weaver (1949), menyatakan bahwa terjadinya proses komunikasi memerlukan lima unsur yang mendukungnya, yakni pengirim, transmitter, signal, penerima dan

tujuan. Kesimpulan ini didasarkan atas hasil studi yang mereka lakukan mengenai pengiriman pesan melalui radio dan telepon.

Pada awal tahun 1960-an didalam buku Cangara (2011:23), David K. Berlo membuat formula komunikasi yang lebih sederhana. Formula itu dikenal dengan nama “SMCR”, yakni: *Source* (pengirim), *Message* (pesan), *Channel* (saluran-media), dan *Receiver* (penerima).

Menurut Harold D. Laswell didalam buku Cangara (2011:19) bahwa cara yang tepat untuk menerangkan suatu tindakan komunikasi ialah menjawab pertanyaan “siapa yang menyampaikan, apa yang disampaikan, melalui saluran apa, kepada siapa dan apa pengaruhnya.” Berdasarkan teori tersebut, dapat dikaitkan dengan hasil penelitian ini bahwasannya KOMPAS TV Biro Medan sebagai komunikator menyampaikan suatu peristiwa yang terjadi kepada masyarakat atau khalayak melalui media televisi. Selain melalui media televisi, KOMPAS TV Biro Medan juga menyampaikan informasi melalui aplikasi YouTube yang mana YouTube sendiri merupakan situs portal video yang sering diakses oleh para pengguna internet.

Jika berbicara mengenai komunikasi, tentu saja ada beberapa unsur yang menjadi kunci didalam komunikasi seperti, sumber, pesan, media, penerima, efek, lingkungan, dan umpan balik. KOMPAS TV Biro Medan merupakan stasiun televisi swasta lokal, yang mana perlu diketahui bentuk dari komunikasinya adalah satu arah.

Maksud dari komunikasi satu arah ini ialah pesan yang disampaikan oleh komunikator tidak mendapat umpan balik dari komunikan. Komunikasi satu arah ini dapat diartikan juga sebagai komunikasi yang tidak memberi kesempatan pada pendengar untuk memberikan tanggapan atau sanggahan. Akan tetapi, hal ini dapat dilakukan khalayak di aplikasi YouTube.

Menurut narasumber dari KOMPAS TV Biro Medan, *audience* atau khalayak dapat memberikan tanggapannya melalui fitur komentar yang ada di YouTube. Selain itu tanggapan dari *audience* menurut narasumber juga dapat berupa jumlah *viewers* dan jumlah *subscriber*. KOMPAS TV Biro Medan menganggap *viewers* dan *subscriber* meningkat merupakan tanggapan positif dari khalayak terhadap hasil repackage tayangan yang di *upload* oleh KOMPAS TV Biro Medan.

#### **4.2.2 KOMPAS TV Biro Medan Sebagai Pelaku Fungsi Komunikasi Massa**

Pada dasarnya komunikasi massa adalah komunikasi melalui media massa (media cetak dan elektronik). Sebab awal perkembangannya saja, komunikasi massa berasal dari kata *media of mass communication* (media komunikasi massa). Massa dalam arti komunikasi massa lebih menunjuk pada pesan yang berkaitan dengan media massa. Oleh karena itu, massa disini menunjuk kepada khalyak, *audience*, penonton, pemirsa atau pembaca. (nurudin, 2014:3-4)

Fungsi komunikasi massa menurut Jay Black dan Frederick C. Whitney (1988) antara lain:

- a. To *Inform* (untuk menginformasikan)
- b. To *Entertain* (memberi hiburan)
- c. To *Persuade* (membujuk)
- d. *Transmission of the culture* (transmisi budaya)

Sebagai salah satu media massa, sudah seharusnya KOMPAS TV Biro Medan memahami fungsi dari komunikasi massa sendiri. Menurut narasumber, KOMPAS TV Biro Medan sendiri sudah menjalankan fungsi dari komunikasi massa. Hal ini dapat dilihat dari *channel* YouTube KOMPAS TV Biro Medan. Di dalam *channel* tersebut, memang sudah terbukti KOMPAS TV Biro Medan melakukan kegiatan yang berfungsi untuk menginformasikan suatu kejadian atau peristiwa di Sumatera Utara kepada masyarakat.

Informasi yang disampaikan oleh KOMPAS TV Biro Medan tentu saja memiliki efek. Efek sendiri adalah bagian dari unsur komunikasi. Efek yang dimaksud adalah perbedaan antara apa yang dipikirkan, dirasakan dan dilakukan oleh penerima sebelum dan sesudah menerima pesan. Pengaruh ini bisa terjadi pada pengetahuan, sikap dan tingkah laku seseorang. Oleh karena itu pengaruh bisa juga diartikan perubahan atau penguatan keyakinan pada pengetahuan, sikap dan tindakan seseorang sebagai akibat penerimaan pesan. (cangara, 2011:26-27)

*Audience* yang menerima informasi tentu akan merasakan perbedaan antara apa yang dipikirkan, dirasakan dan dilakukan oleh penerima setelah menerima informasi. Contohnya, jika *audience* menerima informasi mengenai berita criminal yang disampaikan oleh KOMPAS TV Biro Medan melalui *channel* YouTube-nya, tentu saja *audience* akan merasa khawatir, dan waspada akan criminal yang bisa saja terjadi kapanpun dan dimanapun.

Selain contoh tersebut, KOMPAS TV Biro Medan juga menginformasikan berita berbentuk *softnews*. Hal ini dapat dilihat di *channel* YouTube KOMPAS TV Biro Medan, yang mana terdapat berita *features*. Seperti informasi lokasi wisata, restoran dan lainnya. Hal ini juga memberikan efek kepada masyarakat.

Akan tetapi, KOMPAS TV Biro Medan yang merupakan stasiun tv swasta lokal yang hanya berfokus dalam segmen *news* atau berita, fungsi dari komunikasi massa yaitu *to inform*.

## **BAB V**

### **PENUTUP**

#### **5.1 SIMPULAN**

Berdasarkan penelitian yang dilakukan, adapun simpulan dari penelitian yang peneliti lakukan tentang Pemanfaatan Aplikasi YouTube Sebagai Sarana Menyebarluaskan Berita Oleh KOMPAS TV Biro Medan yaitu:

- a. KOMPAS TV Biro Medan melakukan repackage hasil tayangan ke aplikasi portal video YouTube untuk mempermudah masyarakat dalam mendapatkan informasi dimana saja dan kapan saja.
- b. KOMPAS TV Biro Medan juga mendapatkan manfaat dengan merepackage hasil tayangan ke aplikasi YouTube, seperti respon yang baik dari *viewers* maupun dari klien, serta tidak bisa dipungkiri juga YouTube memberikan keuntungan dari segi bisnis.
- c. Selain mendapatkan keuntungan, KOMPAS TV Biro Medan juga mendapatkan kendala saat merepackage tayangan, seperti kesulitan materi berita, dan kesulitan dalam melanggar semangat dari KOMPAS TV sendiri, salah satunya dari penggunaan bahasa yang baku. Hal tersebut harus dilanggar oleh KOMPAS TV Biro Medan untuk menjelma sebagai orang yang berkecimpung dalam dunia digital.
- d. KOMPAS TV Biro Medan tidak hanya merepackage hasil tayangan ke YouTube saja, namun juga ke media lain seperti Instagram, Facebook dan bahkan TikTok. Walaupun KOMPAS TV Biro Medan



merepackage hasil tayangan dan berkecimpung dalam dunia digital, KOMPAS TV Biro Medan tidak melupakan kode etik jurnalistik.

## **5.2 Saran**

Berdasarkan dari hasil penelitian, akan di paparkan beberapa saran sebagai kelengkapan penulisan skripsi penulis, yakni sebagai berikut:

- a. Kepada peneliti selanjutnya yang ingin meneliti tentang penggunaan aplikasi sebaiknya terlebih dahulu mempelajari mengenai aplikasi tersebut, baik dari keuntungan menggunakan aplikasi tersebut, maupun kekurangannya.
- b. KOMPAS TV Biro Medan dapat terus berinovasi dalam mengembangkan channel YouTubanya agar masyarakat dapat mengakses berita dan mendapatkan informasi yang valid.

## Daftar Pustaka

- Akbar, Ali. 2018. *Efektifitas YouTube Sebagai Media Penyebaran Informasi*. Banda Aceh: UIN Ar-Raniry
- Baksin, Askurifai. 2016. *Jurnalistik Televisi: Teori dan Praktik*. Bandung: PT Remaja Rosdakarya Offset
- Baran, Stanley J. 2008. *Pengantar Komunikasi Massa: Melek Media dan Budaya*. Jakarta: Penerbit Erlangga
- Cangara, Hafied. 2011. *Pengantar Ilmu Komunikasi*. Jakarta: PT Rajagrafindo Persada
- Garmabrata, Galuh. 2014. *Realitas KOMPAS TV Dalam Menggunakan Youtube Sebagai Sarana Menyebarluaskan Berita*. Banten: Universitas Sultan Ageng Tirtayasa
- Ghony, M Djunaidi dan Fauzan Almanshur. 2016. *Metode Penelitian Kualitatif*. Yogyakarta. Ar-Ruzz Media.
- Huda, 2011. *Pengembangan Aplikasi P3K Berbasis Smartphone Android*. Jakarta: UIN Syarif Hidayatullah
- Itiarani, 2019. *Penggunaan Video Dari YouTube Sebagai Media dalam Pembelajaran Pendidikan Agama Islam Di Kelas VII SMP Negeri 20 Bandar Lampung*. Lampung: UIN Raden Intan
- Misky, Dudi. 2005. *Kamus Informasi & Teknologi*. Jakarta: EDSA Mahkota
- Morissan. 2009. *Manajemen Media Penyiaran: Strategi Mengelola Radio & Televisi*. Jakarta: Kencana
- Nurdiyana. 2017. *Persepsi Mahasiswa Ilmu Komunikasi Terhadap Stand Up Comedy KOMPAS TV Sebagai Program Komedi Populer Di Indonesia*. Makassar: Universitas Hasanuddin
- Nurudin. 2017. *Perkembangan Teknologi Komunikasi*. Jakarta: PT Rajagrafindo Persada
- , 2016. *Ilmu Komunikasi: Ilmiah dan Populer*. Jakarta: PT Rajagrafindo Persada
- , 2014. *Pengantar Komunikasi Massa*. Jakarta: PT Rajagrafindo Persada
- Pujileksono, Sugeng. 2015. *Metode Penelitian Komunikasi Kualitatif*. Malang: Kelompok Intrans Publishing
- Sumadiria, AS Haris. 2016. *Bahasa Jurnalistik: Panduan Praktis Penulis dan Jurnalis*. Bandung: Simbiosis Rekatama Media

Tirtobisono, Yan. 2009. *Pembuatan Aplikasi Dalam Komputer Menggunakan Bahasa Pemrograman*. Andi Offset: Yogyakarta

Usman, Husaini dkk. 2003. *Metode Penelitian Sosial*. Jakarta: PT Bumi Aksara

Vivian, John. 2008. *Teori Komunikasi Massa*. Jakarta: Kencana

[https://id.wikipedia.org/wiki/KOMPAS\\_TV](https://id.wikipedia.org/wiki/KOMPAS_TV) (diakses pada tanggal 22 Januari 2020 pukul 22.47 WIB)

<http://eprints.umm.ac.id/39628/3/BAB%20II.pdf> (diakses pada tanggal 22 Januari 2020 pukul 23.36 WIB)

<https://eprints.uny.ac.id/18100/5/BAB%20III%2009.10.033%20Aji%20p.pdf>  
(diakses pada tanggal 23 Januari 2020 pukul 12.33 WIB)

<http://repository.usu.ac.id/bitstream/handle/123456789/20229/Chapter%20II.pdf?sequence=4&isAllowed=y> (diakses pada tanggal 23 Januari 2020 pukul 11.29 WIB)

## **RIWAYAT HIDUP**



Penulis skripsi berjudul “Pemanfaatan Aplikasi YouTube Sebagai Sarana Menyebarluaskan Berita Oleh KOMPAS TV Biro Medan” adalah Bella Shavira Herman, lahir pada tanggal 27 November 1998 di Kota Medan, Sumatera Utara. Penulis merupakan putri dari ayah bernama Herman S.E dan ibu Venny Hermawany, yang merupakan anak kedua dari dua bersaudara, yang bertempat tinggal di Comp. Bukit Mas Blok A No.2, Kec. Sunggal, Kab. Deli Serdang, Sumatera Utara.

Penulis menyelesaikan pendidikan dasar TK Ahmad Yani Kota Binjai pada tahun 2004. Lulus pendidikan dasar SD 028226 Kota Binjai pada tahun 2010. Penulis lulus dari sekolah menengah pertama tahun 2013 di SMP Negeri 3 Binjai. Dan lulus sekolah menengah atas pada tahun 2016 di SMA Negeri 1 Binjai.

Pada tahun 2016 penulis melanjutkan kuliah di Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara (UMSU) Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik pada program Ilmu Komunikasi, Konsentrasi Penyiaran (Broadcasting).

### **Lampiran Pedoman Wawancara**

Judul Penelitian : Pemanfaatan Aplikasi YouTube Sebagai Sarana  
Menyebarkan Berita Oleh KOMPAS TV Biro Medan

Nama Peneliti : Bella Shavira Herman

Prodi/Fakultas : Ilmu Sosial dan Ilmu Politik

Waktu Wawancara : Narasumber 1 dan Narasumber 2, 4 Juni 2020  
Narasumber 3, 10 Juni 2020

#### **NARASUMBER 1**

Nama : Bastian Walter

Usia : 45 Tahun

Alamat : Jl. Wahid Hasyim no 37

Pekerjaan : Kepala Biro KOMPAS TV Medan

Jabatan : Kepala Biro KOMPAS TV Medan

- a. Kenapa milih media YouTube untuk merepackage hasil tayangan?
- b. Apa kelebihan yang didapat dari menggunakan portal video YouTube?
- c. Apa kelemahan merepackage tayangan ke YouTube?
- d. Siapa yang bertanggung jawab untuk merepackage tayangan ke YouTube?
- e. Gimana respon dari viewer di YouTube saat ini? Positif atau negative?
- f. Adakah kriteria tertentu dalam merepackage tayangan?
- g. Berita apa saja yg direpackage?
- h. Dari KOMPAS TV pusat ada tidak ketentuan untuk minimal upload berita, ataupun harus mencapai berapa viewers dan subscriber?
- i. Apa yang membedakan hasil repackage KOMPAS TV Biro Medan?

## **NARASUMBER 2**

Nama : Bahri Nasri

Usia : 44 Tahun

Alamat : Jl. Sekata, lingkungan XII, gg. Ikhlas no.4 Glugur By Pass Medan

Pekerjaan : Karyawan KOMPAS TV Biro Medan

Jabatan : Produser KOMPAS TV Biro Medan

- a. Kenapa milih media YouTube untuk merepackage hasil tayangan?
- b. Tujuannya merepackage tayangan ke media YouTube?
- c. Manfaat apa yang didapat setelah merepackage tayangan ke YouTube?
  - d. Apa yang membedakan hasil repackage tayangan KOMPAS TV Biro Medan?
- e. Saat ini bagaimana subscriber di YouTube?
- f. Adakah kendala yang didapat saat merepackage hasil tayangan?
- g. Jenis berita yang direpackage ke YouTube apa saja?
- h. Sejak kapan repackage ke YouTube?

## **NARASUMBER 3**

Nama : Putra Perwira Guna Lubis

Usia : 38 Tahun

Alamat : Jl. Williem Iskandar no. 48 A Medan

Pekerjaan : Jurnalis KOMPAS TV Biro Medan

Jabatan : Produser KOMPAS TV Biro Medan

- a. Apa cuma menggunakan portal video YouTube untuk merepackage hasil tayangan?

- b. Tujuan menggunakan YouTube sebagai media untuk merepackage hasil tayangan itu apa?
- c. Respon dari viewers saat ini bagaimana?
- d. Kendala apa yang didapat saat merepackage tayangan?
- e. Bagaimana strategi KOMPAS TV menaikkan subscriber?
- f. Jenis berita yang direpackage apa saja?
- g. Ada gak ketentuan dari pusat? Seperti minimal upload.

## Surat Riset



Unggul | Cerdas | Terpercaya  
Bila menjawab surat ini agar disebutkan nomor dan tanggalnya

**MAJELIS PENDIDIKAN TINGGI PENELITIAN & PENGEMBANGAN**  
**UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH SUMATERA UTARA**  
**FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK**

Jalan Kapten Mochtar Basri No. 3 Medan 20238 Telp. (061) 6624567 - (061) 6610450 Ext. 200-201 Fax. (061) 6625474  
Website: <http://www.umsu.ac.id> Email: [rektor@umsu.ac.id](mailto:rektor@umsu.ac.id)

Nomor : 311/KET/IL.3-AU/UMSU-03/F/2020  
Lampiran : --  
Hal : *Mohon Diberikan izin  
Penelitian Mahasiswa*

Medan, 25 Ramadhan 1441 H  
18 Mei 2020 M

Kepada Yth : **Pimpinan Kompas TV Biro Medan**  
di-

Tempat.

Bismillahirrahmanirrahim  
Assalamu'alaikum Wr. Wb

Teriring salam semoga Bapak/Ibu dalam keadaan sehat wal'afiat serta sukses dalam menjalankan segala aktivitas yang telah direncanakan

Untuk memperoleh data penulisan skripsi dalam rangka penyelesaian program studi jenjang Strata Satu (S1), kami mohon kiranya Bapak/Ibu berkenan memberikan izin penelitian kepada mahasiswa kami :

Nama mahasiswa : **BELLA SHAVIRA HERMAN**  
N P M : 1603110082  
Program Studi : Ilmu Komunikasi  
Semester : VIII (Delapan) Tahun Akademik 2019/2020  
Judul Skripsi : **PEMANFAATAN APLIKASI YOUTUBE SEBAGAI SARANA MENYEBARLUASKAN BERITA OLEH KOMPAS TV BIRO MEDAN**

Demikianlah kami sampaikan, atas perhatian dan kerja sama yang baik diucapkan terima kasih.  
Nashrun minallah, wassalamu 'alaikum wr. wb.

  
Dekan  
**Dr. Arifin Saleh, S.Sos.,MSP.**

Cc : File.



## Surat Balasan Riset



Nomor : 014/E/KTVMDN/VIII/2020  
Lamp : -  
Hal : Permohonan Liputan

Medan, 18 Agustus 2020

Kepada Yth,  
Bapak / Ibu Pimpinan Dekan FISIP UMSU  
Di  
Medan

Dengan hormat,

Teriring Salam dan doa kami sampaikan semoga kita semua tetap sehat dan selalu sukses dalam menjalankan aktivitas sehari-hari.

Bersamaan surat ini kami sampaikan bahwa nama yang dibawah ini :

Nama : Bella Shavira Herman  
NIM : 1603110082  
Jurusan : Ilmu Komunikasi

Telah diizinkan dan telah melaksanakan penelitian skripsi dengan judul Pemanfaatan Aplikasi Youtube Sebagai Sarana Menyebarkan Berita Oleh Kompas TV Biro Medan

Demikian surat ini kami sampaikan, atas perhatian dan kerjasamanya kami ucapkan terima kasih.

Hormat Kami,

**Bastian Walter Siahaan**  
Kepala Biro

Lampiran SK-1

014.76.311



Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara  
Berprestasi, Berkeadilan, Berkeadilan

MAJELIS PENDIDIKAN TINGGI  
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH SUMATERA UTARA  
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK

Jalan Kapten Muchtar Basri No. 3 Medan 20238 Telp. (061) 6624567 - (061) 6610450 Ext. 299-261 Fax. (061) 6625474  
Website: <http://www.umsu.ac.id> E-mail: [rektor@umsu.ac.id](mailto:rektor@umsu.ac.id)

Sk-1

PERMOHONAN PERSETUJUAN  
JUDUL SKRIPSI

Kepada Yth.  
Bapak/Ibu Ketua Jurusan ILMU KOMUNIKASI  
FISIP UMSU  
di  
Medan.

Medan, 17 JANUARI 2020

Assalamu'alaikum wr. wb.

Dengan hormat, Saya yang bertanda tangan di bawah ini Mahasiswa Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik UMSU :

Nama lengkap : BELLA SHAVIRA HERMAN  
N P M : 1603110082  
Jurusan : ILMU KOMUNIKASI  
Tabungan sks : 127 sks, IP Kumulatif 3,50

Mengajukan permohonan persetujuan judul skripsi :

No.	Judul yang diusulkan	Persetujuan
1	PEMANFAATAN APLIKASI YOUTUBE SEBAGAI SARANA MENYEBAR-LUASKAN BERITA OLEH KOMRAS TU BIRD MEDAN	✓ 18/1-2020
2	POSITIONING KOMRAS TU BIRD MEDAN DALAM MEMPERTAHAN-KAN EKSTENSINYA SEBAGAI TELEVISI LOKAL	
3	PENGARUH FILM IMPERFECT TERHADAP RASA PERCAYA DIRI MAHASISWA	

Bersama permohonan ini saya lampirkan :

1. Tanda bukti lunas beban SPP tahap berjalan;
2. Daftar Kemajuan Akademik Mahasiswa (DKAM) yang dikeluarkan oleh Dekan.
3. Tanda bukti Lunas Uang/Biaya Seminar Proposal;\*)

Demikianlah permohonan Saya, atas pemeriksaan dan persetujuan Bapak/Ibu, Saya ucapkan terima kasih. Wassalam.

Rekomendasi Ketua Jurusan :  
Diteruskan kepada Dekan untuk  
Penetapan Judul dan Pembimbing.

Medan, tgl. 17 Januari 2020

Ketua,

(NURHIKANAH... NASUTION S.Sos., M.I.Kom)

Pemohon,

(BELLA SHAVIRA HERMAN...)

IB. Alimul

\*) dilampirkan setelah judul ditandasetujui oleh Ketua Jurusan.

## Lampiran SK-2



*Unggul, Cerdas & Terpercaya*  
Bila menjawab surat ini agar disoalihkan  
rektor dan tanggalnya

**MAJELIS PENDIDIKAN TINGGI**  
**UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH SUMATERA UTARA**  
**FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK**

Jalan Kapten Mochtar Basri No. 3 Medan 20238 Telp. (061) 6624567 - (061) 6610450 Ext. 200-201 Fax. (061) 6625474  
Website: <http://www.umsu.ac.id> E-mail: [rektor@umsu.ac.id](mailto:rektor@umsu.ac.id)

**SURAT PENETAPAN JUDUL SKRIPSI  
DAN PEMBIMBING**

**Nomor : 014.16.311/SK/IL.3-AU/UMSU-03/F/2020**

Dekan Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara berdasarkan Surat Keputusan Dekan Fakultas Ilmu Sosial Ilmu Politik Nomor: 975/SK/IL.3/UMSU-03/F/2018 Tanggal 15 Rabiul Awwal 1440 H/ 23 November 2018 dan Rekomendasi Ketua Program Studi Ilmu Komunikasi tertanggal : **17 Januari 2020** dengan ini menetapkan judul skripsi dan pembimbing penulisan untuk mahasiswa sebagai berikut :

Nama mahasiswa : **BELLA SHAVIRA HERMAN**  
N P M : 1603110082  
Program Studi : Ilmu Komunikasi  
Semester : VII (Tujuh) Tahun Akademik 2019/2020  
Judul Skripsi : **PEMANFAATAN APLIKASI YOUTUBE SEBAGAI SARANA  
MENYEBARLUASKAN BERITA OLEH KOMPAS TV BIRO  
MEDAN**  
Pembimbing : AKHYAR ANSHORI, S.Sos., M.I.Kom.

Dengan demikian telah diizinkan menulis skripsi, dengan ketentuan sebagai berikut :

1. Penulisan skripsi harus memenuhi prosedur dan tahapan yang berpedoman kepada ketentuan sebagaimana tertuang di dalam Surat Keputusan Dekan FISIP UMSU Nomor: 975/SK/IL.3/UMSU-03/F/2018 Tanggal 15 Rabiul Awwal 1440 H/ 23 November 2018.
2. Penetapan judul skripsi dan pembimbing ini dan naskah skripsi dinyatakan batal apabila tidak selesai sebelum masa kadaluarsa atau bertentangan dengan peraturan yang berlaku.

**Masa Kadaluarsa tanggal: 17 Januari 2021.**

Ditetapkan di Medan,  
Medan, 26 Jumadil Awal 1441 H  
22 Januari 2020 M

Dekan  
  
**Dr. ARIFIN SALEH., S.Sos., MSP.**

Tembusan :

1. Ketua P.S. Ilmu Komunikasi FISIP UMSU di Medan;
2. Pembimbing ybs. di Medan;
3. Pertinggal.

Lampiran SK-3



*Unggul, Cerdas & Terpercaya*  
Bila menjawab surat ini agar disebutkan nomor dan tanggalnya

MAJELIS PENDIDIKAN TINGGI  
**UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH SUMATERA UTARA**  
**FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK**

Jalan Kapten Mochtar Basri No. 3 Medan 20238 Telp. (061) 6624567 - (061) 6610450 Ext. 200-201 Fax. (061) 6625474  
Website: <http://www.umsu.ac.id> E-mail: [rektor@umsu.ac.id](mailto:rektor@umsu.ac.id)

Sk-3

PERMOHONAN  
SEMINAR PROPOSAL SKRIPSI

Kepada Yth.  
Bapak Dekan FISIP UMSU  
di  
Medan.

Medan, 27 Januari ..... 2020.

*Assalamu'alaikum wr. wb.*

Dengan hormat, saya yang bertanda tangan di bawah ini mahasiswa Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik UMSU :

Nama lengkap : BELLA SHAVIRA HERMAN  
N P M : 160310082  
Jurusan : ILMU KOMUNIKASI

mengajukan permohonan mengikuti Seminar Proposal Skripsi yang ditetapkan dengan Surat Penetapan Judul Skripsi dan Pembimbing No. 019.14/SK/IL3/UMSU-03/F/20.20.. tanggal 17 Januari 2020 dengan judul sebagai berikut :

PEMANFAATAN APLIKASI YOUTUBE SEBAGAI SARANA MENYEBARLUASKAN  
BERITA OLEH KOMPAS TV BIRD MEDAN

Bersama permohonan ini saya lampirkan :

1. Surat Penetapan Judul Skripsi (SK - 1);
2. Surat Penetapan Pembimbing (SK-2);
3. DKAM yang telah disahkan;
4. Kartu Hasil Studi Semester 1 s/d terakhir;
5. Tanda Bukti Lunas Beban SPP tahap berjalan;
6. Tanda Bukti Lunas Biaya Seminar Proposal Skripsi;
7. Proposals Skripsi yang telah disahkan oleh Pembimbing (rangkap - 5)

Demikianlah permohonan saya untuk pengurusan selanjutnya. Atas perhatian Bapak saya ucapkan terima kasih. *Wassalam.*

Menyetujui :  
Pembimbing

(AKHAR ANSHORI, S.Sos., M.I. Kom)

Pemohon,

(BELLA SHAVIRA HERMAN)

# Lampiran SK-4

SK-4

UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH SUMATERA UTARA  
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK

## UNDANGAN SEMINAR PROPOSAL SKRIPSI

Nomor : 049/KEP/II.3-AU/UMSU-03/F/2020

Program studi : Ilmu Komunikasi  
Hari, Tanggal : Selasa, 28 Januari 2020  
W a k t u : 09.00 WIB s/d. Selesai  
Tempat : Ruang 306 Gedung C.UMSU  
Pemimpin Seminar : NURHASANAH NASUTION, S.Sos, M.I.Kom

No.	Nama Mahasiswa Penyaji	Nomor Pokok Mahasiswa	Dosen Penanggung	Dosen Pembimbing	Judul Proposal Skripsi
11	RATNA SARI HARAHAP	1603110158	Dr. PUJI SANTOSO, S.S, M.SP	NIRWANSYAH PUTRA, S.Sos., M.Sos.	ANALISIS FRAMING PEMBERTAAN DEMONSTRASI MAHASISWA TENTANG PENOLAKAN RUU KUHP DI HARIAN WASPADA DAN ANALISA MEDAN EDISI SEPTEMBER 2019
12	RENI MONIKA FEBRIYANTI	1603110111	Dr. IRWAN SYARI TJG, S.Sos., M.AP.	NIRWANSYAH PUTRA, S.Sos., M.Sos.	REPRESENTASI NILAI ISLAM PADA FILM "AJARI AKU ISLAM" (ANALISIS NARATIF)
13	BELLA SHAVIRA HERMAN	1603110082	NIRWANSYAH PUTRA, S.Sos., M.Sos.	AKHYAR ANSHORI, S.Sos., M.I.Kom	PEMANFAATAN APLIKASI YOUTUBE SEBAGAI SARANA MENYEBARLUASKAN BERITA OLEH KOMPAS TV BIRO MEDAN
14	TRICORY INDAHSAARI	1603110025	Dr. LEYLIA KHAIRANI, M.Si.	NURHASANAH NASUTION, M.I.Kom.	PERSONAL BRANDING JAKA & DARARA KOTA MEDAN DALAM MEMPROMOSIKAN PARWISATA DI KOTA MEDAN
15	CHAIRUNNISA UTAMI	1603110127	Dr. PUJI SANTOSO, S.S, M.SP	Dr. IRWAN SYARI TJG, S.Sos., M.AP.	PERAN MEDIA INTERNAL MAJALAH MINAT DALAM PEMENUHAN KEBUTUHAN INFORMASI KARYAWAN PTPN IV MEDAN

Medan, 02 Jumadil Akhir 1441 H  
27 Januari 2020 M



Dr. ARIFIN SALEH, S.Sos., MSP.

Lampiran SK-5



Unggul, Cerdas & Terpercaya  
Bila menjawab surat ini agar disebutkan nomor dan tanggalnya

MAJELIS PENDIDIKAN TINGGI  
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH SUMATERA UTARA  
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK

Jalan Kapten Mochtar Busri No. 3 Medan 20233 Telp. (061) 6624567 - (061) 6610450 Ext. 200-201 Fax. (061) 6625474  
Website: <http://www.umsu.ac.id> E-mail: [rektor@umsu.ac.id](mailto:rektor@umsu.ac.id)

Sk-5

BERITA ACARA BIMBINGAN SKRIPSI

Nama lengkap : BELLA SHAVIRA HERMAN  
N P M : 1603110082  
Jurusan : ILMU KOMUNIKASI  
Judul Skripsi : PEMANFAATAN APLIKASI YOUTUBE SEBAGAI SARANA MENYEBARLUASKAN BERITA OLEH KOMPAS TV BERB MEDAN

No.	Tanggal	Kegiatan Advis/Bimbingan	Paraf Pembimbing
1.	17/01-2020	Diskusi judul dan tujuan penelitian	
2.	24/01-2020	Diskusi Proposal	
3.	27/01-2020	ACC proposal	
4.	4/05-2020	Diskusi Draft wawancara	
5.	01/07-2020	Diskusi Bab IV	
6.	10/07-2020	Revisi dan perbaikan Bab IV	
7.	15/07-2020	Diskusi Bab V	
8.	24/07-2020	Diskusi kelengkapan skripsi	
9.	29/07-2020	ACC sidang meja hijau	

Medan, ... 20 Juli ... 2020 ..

Dekan,  
  
(Dr. Arifin Saleh, S.Sos, M.S.P)

Ketua Program Studi,  
  
(Nurhasanah Nasution, S.Sos, M.I.Kom)

Pembimbing ke : .....,

## Lampiran SK-6



**UMSU**  
Unggul, Cerdas, Terberdaya

Bila menyebab surat ini agar disebutkan nomor dan tanggalnya

### MAJELIS PENDIDIKAN TINGGI PENELITIAN & PENGEMBANGAN **UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH SUMATERA UTARA** **FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK**

Jalan Kapten Muchtar Basri No. 3 Medan 20238 Telp. (061) 6624567 - (061) 6610450 Ext. 200-201 Fax. (061) 6625474  
Website: <http://www.umsu.ac.id> Email: [rektor@umsu.ac.id](mailto:rektor@umsu.ac.id)

SK-6

#### PERMOHONAN UJIAN SKRIPSI

Kepada Yth.  
Bapak Dekan FISIP UMSU  
di  
Medan.

Medan, 30 Juli 2020

*Assalamu'alaikum wr. wb*

Dengan hormat, saya yang bertanda tangan di bawah ini Mahasiswa Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik UMSU:

Nama lengkap : BELLA SHAVIRA HERMAN  
N P M : 1603110082  
Program Studi : ILMU KOMUNIKASI  
Alamat rumah : PERUM BUKIT MAS BLOK A/2  
Telp : 085277725891

dengan ini mengajukan permohonan mengikuti Ujian Skripsi. Bersama ini Saya lampirkan persyaratan:

1. Transkrip Nilai Kumulatif dari Dekan, rangkap - 2;
2. Tanda Bukti Lunas SPP tahap berjalan, rangkap - 2;
3. Tanda Bukti Lunas Biaya Ujian Skripsi, rangkap - 2;
4. Foto Copy Ijazah Terakhir Dilegalisir, rangkap - 3;
5. Konvensi Nilai (bagi Mahasiswa pindahan), rangkap - 2;
6. Surat Keterangan Bebas Pinjaman Buku dari Perpustakaan UMSU, rangkap - 2;
7. Foto Copy Cover Skripsi, rangkap - 2;
8. Foto Copy Surat Penetapan Pembimbing (SK-2), rangkap - 2;
9. Foto Copy Kartu Hasil Studi, rangkap - 2; dan Melampirkan yang Aslinya.
10. Foto Copy Sertifikat Lulus Ujian Kompri, rangkap - 2; dan Melampirkan yang Aslinya.
11. Permohonan Ujian Skripsi, rangkap - 2;
12. Pas Photo Terbaru Hitam Putih Ukuran 3 x 4 cm = 5 lembar dan 4 x 6 = 8 lembar
13. Skripsi yang telah Disahkan lengkap diperbanyak = 3 eksemplar dan dijilid (Pembimbing - 1)
14. Terlampir Photocopy KTP ukuran A4 sebanyak = 2 lembar

Demikianlah permohonan Saya, untuk pengurusan selanjutnya. Atas perhatian Bapak Saya ucapkan terima kasih. *Wassalam.*

Permohonan,  
  
(BELLA SHAVIRA HERMAN)

Disetujui oleh ;

Medan, 30 Juli 2020

Medan, 30 Juli 2020

Dekan,

a.n Rektor,  
Wakil Rektor - I

(Dr. ARIFFIN SALEH, S.Sos.,MSP)

(Dr. MUHAMMAD ARIFFIN, SH.,M.Hum)

## Lampiran SK-7



Bila mengakhiri surat ini agar disebutkan nomor dari lampirannya

MAJELIS PENDIDIKAN TINGGI PENELITIAN & PENGEMBANGAN  
**UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH SUMATERA UTARA**  
**FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK**

Jalan Kapten Mochtar Basri No. 3 Medan 20238 Telp. (061) 6624567 - (061) 6610450 Ext. 200-201 Fax. (061) 6625474  
Website: <http://www.umsu.ac.id> Email: [rektor@umsu.ac.id](mailto:rektor@umsu.ac.id)

SK-7

### SURAT PERNYATAAN

*Bismillahirrohmanirrohiem.*

Yang bertanda tangan di bawah ini, mahasiswa Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara :

Nama lengkap : BELLA SHAVIRA HERMAN  
Tempat, tgl. lahir : MEKAN 27 NOVEMBER 1998  
Agama : Islam / Kristen / Katolik / Hindu / Budha \*  
Status Perkawinan : Kawin / Belum Kawin / Duda / Janda \*  
N P M : 1603110082  
Alamat Rumah : PERUM BUKIT MAS BLOK A/2  
Telp/HP : 085277725891  
Pekerjaan/Instansi : .....  
Alamat Kantor : .....  
Telp/HP. ....

melalui surat permohonan tertanggal ..... telah mengajukan permohonan menempuh Ujian Skripsi. Untuk ujian skripsi yang akan saya tempuh, menyatakan dengan sesungguhnya :

1. Bahwa saya dalam keadaan sehat jasmani dan rohani.
2. Bahwa saya siap secara optimal dan berada dalam kondisi baik untuk memberikan jawaban atas pertanyaan dari Penguji.
3. Bahwa saya bersedia menerima keputusan yang ditetapkan oleh Panitia Penguji Skripsi dengan ikhlas tanpa mengadakan gugatan apapun juga.
4. Saya menyadari bahwa keputusan Panitia Penguji ini bersifat mutlak dan tidak dapat diganggu gugat.

Demikianlah surat pernyataan ini saya buat dengan kesadaran tanpa paksaan atau tekanan dalam bentuk apa pun dan dari siapa pun, untuk dipergunakan bilamana dipandang perlu. Semoga Allah SWT. meridhoi saya. Amien.-

Saya yang menyatakan,

METERAI  
TEMPEL

5C9EAAHF604424E98

6000  
ENAM RIBURUPIAH

BELLA SHAVIRA HERMAN



Lampiran SK-8



**UMSU**

Unggulkan Kualitas Pembelajaran

Bila menandatangani surat ini agar disahkan nama dan tanggalnya

MAJELIS PENDIDIKAN TINGGI PENELITIAN & PENGEMBANGAN  
**UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH SUMATERA UTARA**  
**FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK**

Jalan Kapten Mochtar Basri No. 3 Medan 20238 Telp. (061) 6624567 - (061) 6610450 Ext. 200-201 Fax. (061) 6625474  
 Website: <http://www.umsu.ac.id> Email: [rektor@umsu.ac.id](mailto:rektor@umsu.ac.id)



BORANG DATA ALUMNI

I. DATA PRIBADI	
NAMA LENGKAP	BELLA SHAVIRA HERMAN ±/P*
TEMPAT DAN TGL. LAHIR	MEDAN, 27 NOVEMBER 1998
AGAMA	ISLAM
SUKU BANGSA	INDONESIA
II. KEMAHASISWAAN	
TAHUN MASUK UMSU	2016
N.P.M	1603110082
JURUSAN	ILMU KOMUNIKASI
ASAL SEKOLAH	SMA NEGERI 1 BINTAI
ALAMAT SEKOLAH	JL. WR. MONGONSIDI No.10, KOTA BINTAI
MENDAPAT BEASISWA (Selama di UMSU)	BEASISWA - T.A. - Rp. - BEASISWA - T.A. - Rp. - BEASISWA - T.A. - Rp. -
III. KETERANGAN PENYELESAIAN STUDI	
JADWAL UJIAN SKRIPSI	HARI TANGGAL
NILAI/IPK/PREDIKAT	NILAI : IPK : PREDIKAT :
JUDUL SKRIPSI	PEMANFAATAN APLIKASI YOUTUBE SEBAGAI SARANA MENYEBARLUASKAN BERITA OLEH KOMPAS TV BIRO MEDAN
IV. KETERANGAN KELUARGA	
STATUS SIPIL	KAWIN/BELUM KAWIN/JANDA/DUDA*
NAMA SUAMI/ISTRI*	— WAFAT TAHUN —
PEKERJAAN TERAKHIR	—
JUMLAH ANAK KANDUNG	PRIA .....ORANG, WANITA ..... ORANG = .....ORANG
ALAMAT RUMAH & KODE POS	—
TELEPON/HP	—
NAMA AYAH	HERMAN S.E
NAMA IBU	VENNY HERMAWANY
PEKERJAAN ORANG TUA	PEGAWAI SWASTA
ALAMAT RUMAH & KODE POS	PERUM BUKIT MAS BLOK A/2
TELEPON/HP	08126491645
V. KETERANGAN PEKERJAAN	
PEKERJAAN	—
JABATAN DI INSTANSI	—
NAMA INSTANSI	—
ALAMAT INSTANSI	—
TELEPON/FAX INSTANSI	—

UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH SUMATERA UTARA  
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK



SK-10

LUNDANGAN/PANGGILAN UJIAN SKRIPSI  
Nomor : 484/UND/II.3-AU/UMSU-03/F/2020

Pogram Studi : Ilmu Komunikasi  
Hari, Tanggal : Rabu, 12 Agustus 2020  
Waktu : 08.30 s.d. Selesai  
Tempat : Ruang LAB. FISIP UMSU

No.	Nama Mahasiswa	Nomor Pokok Mahasiswa	TIM PENGUJI			Judul Skripsi
			PENGUJI I	PENGUJI II	PENGUJI III	
1	SAPUTRI	1603110056	NURHASANAH NASUTION, S.Sos., M.I.Kom.	AKHYAR ANSHORI, S.Sos., M.I.Kom.	FAIZAL HAMZAH LUBIS, S.Sos., M.I.Kom.	OPINI MASYARAKAT BARUS TERHADAP REKONSTRUKSI DESA PASCA BENCANA ALAM
2	BELLA SHAIVRA HERMAN	1603110082	Dr. ARIFIN SALEH, M.SP	FAIZAL HAMZAH LUBIS, S.Sos., M.I.Kom.	AKHYAR ANSHORI, S.Sos., M.I.Kom.	PENMANFAATAN APLIKASI YOUTUBE SEBAGAI SARANA MENYEBARLUASKAN BERITA OLEH KOMPAS TV BIRO MEDAN
3	YENNA MELINDA SARI	1603110097	Dr. YAN HENDORA, M.SI	MUHAMMAD THARIQ, S.Sos., M.I.Kom.	AKHYAR ANSHORI, S.Sos., M.I.Kom.	STRATEGI KOMUNIKASI PEMASARAN WISATA SAWAH PEMATANG JOHAR DALAM MENINGKATKAN KUNJUNGAN WISATAWAN
4	INDAH WAHYUNI	1603110228	LUTFI BASIT, S.Sos., M.I.Kom	ELVITA YENNI, S.S., M.Hum	AKHYAR ANSHORI, S.Sos., M.I.Kom.	RESPON MAHASISWA UNIVERSITAS NEGERI MEDAN TERHADAP WACANA KAMPUS MERDEKA
5	SIMA INSANI	1603110126	LUTFI BASIT, S.Sos., M.I.Kom	CORRY NOVRI CA AP. SINAGA, S.Sos., M.A.	ABRAR ADHANI, S.Sos., M.I.Kom.	POLA KOMUNIKASI KOMUNITAS PEDULI ANAK DAN SUNGAI DELI DALAM MEMBANGUN MORAL ANAK-ANAK DI PINGGIRAN SUNGAI

Notulis Skripsi :

Medan, 18 Dzulhijah 1441 H  
08 Agustus 2020 M

Di tetapkan oleh :

a.n. Rektor

Rektor I



Ketua,

Dr. ARIFIN SALEH, S.Sos., M.SP.

Panitia Ujian

Sekretaris

Dr. ZULFAHWI, M.I.Kom