

## **BAB II**

### **TINJAUAN PUSTAKA**

Laporan kegiatan magang ini menggunakan beberapa konsep untuk mendukung analisis penulis. Berikut penjelasan dari konsep-konsep tersebut.

#### **2.1 Komunikasi Massa**

Pesan dapat disampaikan kepada masyarakat banyak, salah satu caranya adalah melalui komunikasi massa. Berdasarkan Deuze (2020, h.6) komunikasi massa adalah, “Pertama dan terutama, mengacu pada pesan yang ditransmisikan ke audiens yang besar melalui satu atau lebih media.” Media yang dimaksud untuk mentransmisikan pesan ke audiens juga beragam, di antaranya media elektronik seperti televisi, radio dan film, serta media cetak seperti surat kabar, majalah, tabloid dan buku (Nurudin, 2009). Media-media tersebut membantu masyarakat untuk bisa mengakses dan menggunakan berbagai macam media untuk melakukan komunikasi secara masif.

Berbagai jenis/bentuk komunikasi massa dapat dimengerti melalui ciri-ciri tertentu. Menurut Gamble & Gamble (1986), ciri-ciri komunikasi massa adalah sebagai berikut:

- 1) Dalam berkomunikasi, komunikator menggunakan peralatan media modern untuk menyebarkan pesan secara cepat dan luas kepada audiens.
- 2) Maksud dari komunikasi massa adalah untuk membagikan pesan kepada audiens banyak yang mungkin tidak mengetahui satu sama

lain. Pengirim dan penerima pesan bisa saja tidak mengenali satu sama lain.

- 3) Pesan milik publik, artinya pesan bisa didapatkan dan dibagikan oleh banyak orang.
- 4) Komunikator massa biasanya merupakan organisasi formal seperti lembaga, ikatan, dan perkumpulan. Lembaga/ikatan/perkumpulan komunikasi massa biasanya berorientasi pada keuntungan.
- 5) Komunikasi massa memiliki *gatekeeper* yang bertugas untuk memantau pesan-pesan yang dibagikan kepada audiens banyak melalui media massa. Beberapa contoh *gatekeeper* adalah reporter, lembaga sensor, dan editor film.

Selain keenam ciri-ciri mengenai komunikasi oleh Michael dan Teri Gamble, adapun ciri tambahan dari komunikasi massa menurut Nurudin (2009) yaitu, komunikasi bersifat heterogen, komunikasi di sini bisa mengacu pada penonton televisi, pembaca surat kabar, pendengar radio, dan pengguna internet. Heterogen yang dimaksud adalah komunikasi itu beragam, contohnya penonton televisi memiliki keragaman dalam hal pendidikan, usia, jenis kelamin, status sosial ekonomi dan agama atau kepercayaan. Berbagai ciri yang disebutkan di atas tidak hadir secara cuma-cuma, komunikasi massa juga memiliki fungsinya bagi banyak orang.

Terdapat beberapa fungsi komunikasi massa, seperti fungsi hiburan, transmisi budaya, dan pengawasan, yang dijelaskan lebih lanjut oleh Dominick (2005) sebagai:

## 1) Hiburan

Hiburan merupakan fungsi yang paling terasa dampaknya. Sekarang, masyarakat cukup mudah untuk mendapatkan hiburan. Mereka bisa duduk dan menikmati program-program di TV, membaca majalah ataupun pergi ke bioskop. Selain itu, dengan kemajuan teknologi hiburan juga dapat diakses dari gawai yang dimiliki, asalkan terkoneksi pada internet. Sehingga, masyarakat bahkan bisa mengakses hiburan tanpa keluar rumah.

## 2) Transmisi Nilai

Transmisi nilai adalah fungsi yang mungkin tidak disadari, namun penting di media massa. Nilai-nilai penting dapat dipahami melalui media massa yang menggambarkan masyarakat. Melalui menonton, membaca dan mendengarkan, masyarakat dapat belajar. Media mengajari kita tentang kehidupan manusia, menunjukkan kepada kita bagaimana mereka bertindak dan apa yang diharapkan dari mereka. Dengan demikian, transmisi nilai melalui media massa dapat berdampak juga pada stabilitas masyarakat.

Nilai-nilai dan pengalaman bersama diturunkan ke seluruh masyarakat, sehingga bisa menciptakan suatu ikatan bersama. Tetapi di sisi lain, nilai dan informasi budaya dalam konten media massa dapat diseleksi oleh organisasi media, yang dapat memilih

untuk menampilkan nilai tertentu agar menguntungkan bagi mereka.

### 3) Pengawasan

Fungsi pengawasan dalam komunikasi massa memiliki tujuan untuk menginformasikan hal-hal atau kejadian-kejadian disekitar audiens. Fungsi pengawasan bisa dibagi dua, yaitu pengawasan peringatan dan pengawasan instrumental. Pengawasan peringatan berupa berita waspada akan badai, topan, angin ribut, hujan lebat, wabah penyakit, serangan musuh sampai dengan perang. Sedangkan pengawasan instrumental adalah penyebaran informasi yang berguna bagi masyarakat sehari-hari, seperti harga kebutuhan sehari-hari, produk baru di pasaran, acara serial televisi yang menggambarkan gaya rambut atau tren pakaian baru.

Selain fungsi-fungsi yang disebutkan Dominick, adapun fungsi komunikasi massa lainnya, yaitu fungsi pendidikan. Berdasarkan Khan (2019), fungsi pendidikan dalam komunikasi massa dirasakan melalui inovasi teknologi dalam media massa yang membuat pendidikan kini dapat disebarkan ke tempat-tempat yang jauh, tanpa adanya hambatan geografis. Hal ini dapat menghemat banyak waktu, tenaga, dan uang. Pendidikan dapat dirasakan secara langsung melalui layar komputer dari tempat yang jauh. Berbagai macam fungsi yang dijelaskan sebelumnya dapat dirasakan

manfaatnya secara menyeluruh jika terdapat media. Salah satunya media yang menjadi penyalur dikenal dengan media massa.

## 2.2 Media Massa

Media massa merupakan media untuk menyebarkan pesan ke audiens banyak. Menurut McQuail (2010, h.15), definisi media massa adalah “Mengacu pada cara-cara yang terorganisir untuk berkomunikasi secara terbuka, pada jarak jauh, dan kepada banyak orang dalam waktu yang singkat.” Namun dengan berkembangnya teknologi, media massa mengalami kemajuan, sehingga muncul istilah media baru (Rosana, 2010). Media baru tidak luput dari peran internet.

Media berbasis internet saat ini dikenal sebagai media baru. Berdasarkan Ginting *et al.* (2021), media baru adalah media yang menggunakan internet, khususnya teknologi *online*, yang memiliki karakter fleksibel, berpotensi interaktif dan dapat digunakan secara privat maupun publik. Media baru yang bersifat fleksibel, interaktif dan juga dapat diakses oleh banyak orang, memiliki berbagai macam bentuk, mulai dari teks, audio, video, dan gambar. Bentuk-bentuk tersebut dalam media baru bisa ditemukan dalam blog, surat elektronik (*email*), layanan *streaming* musik dan televisi, serta jaringan media sosial dan situs web (Cote, 2022). Dewasa ini media baru lebih banyak dipergunakan oleh masyarakat, dibanding media lama.

Hadirnya media baru tentunya turut memberikan dampak bagi masyarakat. Sebagai contoh, masyarakat kini tidak hanya menjadi audiens tetapi mereka juga bisa menjadi kreator dengan segala keterampilan yang

dimiliki. Mereka dapat menghasilkan banyak informasi dan hiburan yang dibutuhkan massa. Informasi dan hiburan dapat diperoleh melalui kegiatan jurnalisme, terlebih lagi dengan teknologi yang semakin canggih, jurnalisme *online* akhirnya lahir.

### **2.3 Jurnalisme *Online***

Salah satu jenis jurnalisme yang banyak ditemukan di internet dan media sosial dikenal sebagai jurnalisme *online*. Ketika jurnalis menggunakan perangkat seperti *email*, laptop, tablet, ponsel, perekam suara digital dan blog, hal ini disebut dengan jurnalisme *online* (Mari, 2019). Berdasarkan pengertian jurnalisme *online* di atas, dapat disimpulkan bahwa jurnalisme *online* adalah berita yang dapat diproduksi dan diakses secara digital. Pembuatan maupun perolehan berita dapat menggunakan perangkat digital yang ditunjang dengan internet, seperti email, laptop, ponsel, dan sebagainya.

Jurnalisme *online* memiliki karakteristik tersendiri yang bisa menjadi keunggulan diantara jenis jurnalisme lainnya. Menurut Romli (2018) terdapat tujuh karakteristik dari jurnalisme *online* yang dijelaskan sebagai:

- 1) **Kendali Pembaca**

Audiens (Pengunjung situs) memiliki kendali dalam mencari dan memilih konten berita apa yang ingin diakses. Dengan cara tersebut, audiens bisa terlibat secara langsung dalam menentukan konten yang mereka inginkan. Di sini, audiens tidak bersifat pasif menerima, seperti pada media tradisional, melainkan mereka aktif mencari.

2) Non-Linear

Informasi yang ditampilkan pada berita bersifat independen. Maksudnya berita yang dibaca bisa berdiri sendiri, sehingga audiens tidak perlu membaca berita lainnya untuk memahami suatu permasalahan.

3) Tersimpan dan Dapat Diakses Ulang

Informasi dapat disimpan dan diakses kembali, sehingga memudahkan para audiens. Sekali terunggah di internet, karya para jurnalis *online* tersimpan selamanya. Dengan begitu, audiens dapat mengakses kembali kapanpun mereka mau.

4) Ruang Tanpa Batas

Kapasitas internet yang sangat luas memungkinkan penampungan informasi yang besar dan lengkap bagi audiens. Dalam jurnalistik *online*, ruang bukanlah masalah. Halaman tempat berita disajikan tak terbatas dari segi ukuran dan jumlah. Oleh karena itu, suatu tulisan dapat dibuat sepanjang dan selengkap mungkin untuk memenuhi kebutuhan audiens.

5) Kecepatan

Dalam jurnanisme *online*, informasi dapat diakses secara langsung oleh audiens tanpa perantara. Ketika suatu berita diunggah, maka berita itu langsung bisa diakses atau dibaca oleh audiens dari seluruh penjuru dunia selama memiliki akses internet.

6) Kapabilitas Multimedia

Jurnalisme *online* menghasilkan berita dalam berbagai bentuk. Berita dapat disajikan dalam bentuk teks, suara, gambar, video, atau bentuk lainnya sekaligus.

7) Interaktivitas

Jurnalisme *online* menciptakan interaktivitas yang bisa terjalin antara pembuat berita, misalnya wartawan, dengan audiens (pengunjung situs). Kolom komentar atau media sosial merupakan salah satu contoh interaktivitas yang disebabkan oleh adanya jurnalisme *online*.

Tujuh karakteristik yang disebutkan sebelumnya dapat mempermudah masyarakat dalam mengakses dan menggunakan informasi. Adanya internet, memungkinkan masyarakat untuk mendapatkan informasi yang dapat diakses dalam bentuk apapun, salah satunya adalah video, yang merupakan hasil dari jurnalisme video.

#### **2.4 Jurnalisme Video**

Dewasa ini, jurnalisme video menjadi cara terpopuler untuk menyaksikan berita. Sulit untuk menemukan perusahaan atau organisasi media yang tidak menggunakan jurnalisme video untuk menyampaikan informasi. Bock (2011, h.706) mengartikan jurnalisme video sebagai, “Praktik tunggal, di mana satu orang memotret, menulis, dan mengedit seluruh bagian.” Merujuk pada penjelasan sebelumnya, jurnalisme video merupakan proses yang dimulai dan diakhiri oleh satu individu, baik proses.

Sehingga jika berinteraksi dengan narasumber, misalnya ketika melakukan wawancara dan menuliskan jawaban pertanyaan, semua itu dilakukan di saat yang bersamaan oleh satu orang. Sedangkan untuk memproduksi video, tahapan ini dapat dilakukan seorang individu ataupun sekelompok individu melalui beberapa tahap.

Dalam pembuatan video terdapat beberapa tahap yang harus dilakukan.

Menurut Trussell (2022) berikut tahap-tahap yang harus dilaksanakan:

1) Perencanaan dan Pengembangan

Produksi video dimulai dengan perencanaan dan pengembangan.

Di fase ini diajukan dan dijawab pertanyaan mengenai topik besar yang mendorong tujuan dari pembuatan konten video.

2) Pra-Produksi

Pada tahap ini "Bagaimana video akan dibuat?" mulai dipikirkan secara praktikal. Begitu juga persiapan seputar, personel dan kru, lokasi, anggaran dan durasi produksi. Selama pra-produksi, *storyboard*, rencana set dan pencahayaan, serta durasi video dipikirkan dengan baik, sehingga saat produksi dimulai, rekaman dapat dilakukan dengan tepat.

3) Produksi

Pengambilan video terjadi pada tahap produksi. Produksi biasanya melibatkan *talent* dan kru. Selain itu, aspek rasio video pada proses ini juga harus diperhatikan, agar video nantinya dapat

dipergunakan untuk berbagai platform seperti Instagram, Youtube dan Facebook.

#### 4) Pasca Produksi

Dalam tahap pasca produksi pengeditan memainkan peran terbesar. Semua yang diperlukan untuk membuat video terlihat dan terdengar baik setelah pengambilan gambar dilakukan pada tahap ini. Pengeditan yang dilakukan diantaranya pengoreksian warna, efek visual, pengoreksian suara dan pencampuran suara.

Berdasarkan tahap-tahap pembuatan video di atas, setiap tahapnya memiliki fungsi masing-masing yang mendukung satu sama lain untuk menghasilkan suatu video. Video sendiri dapat memuat berbagai macam konten, salah satunya adalah berita.

### 2.5 Berita

Berita merupakan produk jurnalisme dan sumber informasi bagi masyarakat luas. “Berita menyajikan realitas dalam bingkai dan menciptakan produk menurut aturan sosial, politik, budaya dan ideologi tertentu,” sebut Palczewski (2018). Dengan demikian, berita merupakan peristiwa-peristiwa penting yang meliputi keseharian masyarakat.

Peristiwa-peristiwa pada berita dapat diakses melalui situs atau portal berita. Menurut Romli (2018), portal berita adalah situs/halaman web yang berisi berbagai jenis berita seputar politik, ekonomi, sosial, budaya dan hiburan. Berbagai jenis berita ini dapat dilihat dan didengar dalam bentuk teks, audio, video, foto yang bisa dinikmati secara satu per satu atau secara

bersamaan oleh audiens. Portal berita harus memuat informasi berdasarkan nilai berita yang ada.

### 2.5.1 Nilai Berita

Berita bisa dimuat jika memenuhi beberapa kriteria nilai berita yang dijelaskan oleh Sumadiria (2011):

#### 1) Keluarbiasaan

Berita adalah sesuatu yang luar biasa. Dalam jurnalistik, berita bukanlah suatu peristiwa biasa, melainkan suatu peristiwa yang luar biasa (*news is unusual*). Hal tersebut harus menjadi acuan reporter dan editor di manapun, untuk memproduksi berita yang dapat menarik perhatian masyarakat.

#### 2) Kebaruan

Berita adalah semua yang terbaru, apapun yang baru memiliki nilai berita. Sebagai contoh, hasil karya terbaru, seperti sepeda motor baru, mobil baru, rumah baru dan gubernur baru. Terdapat ungkapan Perancis yang berkata, "*Chistoire se repete*" yang berarti sejarah tak pernah berulang. Maksud dari ungkapan ini adalah akan selalu ada pembaruan atau perubahan, hari Senin minggu ini akan berbeda dengan Senin selanjutnya. Sehingga perubahan apapun yang terjadi dan dianggap penting akan menjadi berita.

#### 3) Aktual

Berita dapat diartikan sebagai suatu peristiwa yang sedang atau baru terjadi. Berita yang disiarkan/dimuat tentunya berita yang dibutuhkan masyarakat banyak. Untuk memperoleh berita,

reporter/jurnalis harus bisa menjangkau narasumber dan melaporkannya kepada masyarakat banyak.

#### 4) Kedekatan

Berita adalah kedekatan. Terdapat dua arti kedekatan yaitu, kedekatan secara geografis dan kedekatan secara psikologis. Kedekatan geografis merujuk pada peristiwa yang terjadi di dekat kita. Semakin dekat suatu peristiwa, maka kita akan semakin mengikuti peristiwa tersebut. Sementara, kedekatan psikologis ditentukan oleh ketertarikan pikiran, perasaan atau kejiwaan seseorang dengan peristiwa yang terjadi. Sebagai contoh, orang Sulawesi akan tertarik dengan apa yang terjadi di Sulawesi, karena itu merupakan tempat dari mana orang tersebut berasal.

#### 5) Informasi

Berita merupakan informasi yang dapat meniadakan atau mengurangi ketidakpastian. Dalam berita tidak semua informasi akan dilaporkan, melainkan hanya informasi yang mengandung nilai berita yang layak untuk diangkat ke media.

#### 6) Konflik

Konflik merupakan segala sesuatu yang mengandung unsur pertentangan. Konflik dapat terus bermunculan, semakin besar konflik yang dianggap penting untuk diikuti atau diketahui maka akan semakin menjadi isu sosial. Inilah yang disebut dengan nilai berita konflik.

#### 7) Orang Penting

Orang penting atau figur publik menjadi ketertarikan bagi masyarakat banyak, dan berita lah yang menunjukkan mereka kepada audiens. Mulai dari ucapan, perilaku, bahkan nama mereka sudah bisa dijadikan berita. Kalangan figur publik akan selalu menjadi sorotan.

#### 8) Ketertarikan Manusiawi

Ketertarikan manusiawi merupakan nilai berita yang menimbulkan efek kepada hati, kejiwaan dan perasaan. Tidak semua individu akan tertarik terhadap suatu berita, hanya pihak-pihak yang tersentuh yang akan menganggap suatu berita penting. *Human interest* mempengaruhi perasaan seseorang, emosi dan empati seseorang, seperti kasus seorang bocah yang tertimbun longsor masih hidup padahal sudah tertimbun selama empat hari dan bahkan dinyatakan hilang. Berita seperti ini sontak menimbulkan ketertarikan dari masyarakat.

Kriteria-kriteria di atas menentukan apakah suatu peristiwa atau kejadian layak dijadikan berita. Terdapat kriteria lain yang dapat menjadi acuan dengan berkembangnya waktu, namun kriteria di atas, tetap menjadi dasar nilai berita sampai sekarang. Nilai-nilai berita di atas diwujudkan melalui berbagai jenis berita.

### 2.5.2 Jenis Berita

Berita dapat diklasifikasi dalam beberapa kategori. Namun jenis berita biasanya dibagi menjadi dua, yaitu, pertama *straight news*. *Straight news* juga

disebut *hard news*, berupa artikel yang dirancang untuk menginformasikan kepada pembaca tentang suatu peristiwa. Menurut Tanikawa (2017) berita langsung akan menggambarkan peristiwa yang sangat penting, dan dijelaskan melalui 5W+1H (*What, when, where, why, why* dan *how*). Sehingga berita yang dibuat memiliki topik yang serius dan mendesak dan tentunya berdasarkan fakta dan penelitian yang ketat.

Jenis berita ke dua terdapat *soft news*, sebuah berita yang biasanya lebih fokus ke sisi hiburan. Jurnalisme *soft news* berfokus pada gaya hidup dan hiburan seputar peristiwa budaya, seni, dan minat manusia, beberapa contoh *soft news* meliputi jurnalisme olahraga, jurnalisme hiburan dan liputan selebriti (Masterclass, 2017). *Soft news* menyajikan liputan berita yang dapat memeberikan hiburan bagi audiens.

### 2.5.3 Format Berita

Konten dalam berita dapat disajikan dalam berbagai format. Menurut Romli (2020) jenis-jenis konten berdasarkan formatnya terdiri dari:

- 1) Teks

Teks adalah jenis konten tradisional atau konvensional berbentuk tulisan. Teks dapat berisi berita, opini, *feature*, maupun esai dan tinjauan (review). Teks banyak ditemukan pada media cetak (surat kabar, majalah) ditambah gambar atau foto. Dalam televisi, *running text* atau infografis merupakan contoh dari teks.

- 2) Gambar

Foto hasil jepretan kamera atau hasil desain grafis, dan bisanya lebih banyak digemari audiens, khususnya pengguna media

sosial. Gambar dapat ditemukan di media massa dan berfungsi untuk menjadi penguat isi berita.

3) Audio

Audio merupakan konten yang dapat ditemukan di radio. Namun kini audio sudah bisa menjadi bagian dari suatu situs dan dikenal sebagai *podcast* (Playable on Demand Broadcast). Konten audio bisa berupa obrolan, ceramah, atau wawancara.

4) Video

Konten yang terpopuler kini merupakan video. Video dapat dideskripsikan sebagai gambar yang hidup. Sebelumnya, video hanya ditayangkan di televisi, namun sekarang video bisa ditonton melalui berbagai platform media sosial, seperti Facebook, Twitter, Instagram, Youtube, Vimeo, dan Daily Motion.

Ke empat format konten di atas merupakan bentuk yang akan ditemukan pada berita. Sebagai contoh, teks dalam berita dapat diperkuat dengan adanya gambar yang menjadi bukti, audio dapat membangkitkan suasana berita dalam suatu video. Untuk memperoleh berita yang kaya, maka berita perlu dicari. Pencarian informasi untuk berita dapat dilakukan dengan melakukan peliputan.

## 2.6 Peliputan

Peliputan merupakan kegiatan yang dilakukan reporter/jurnalis sebagai pencari berita. Menurut Yunus (2010) liputan adalah kegiatan yang dilakukan reporter/jurnalis untuk mencari dan mendapatkan bahan/materi yang akan

dijadikan berita. Romli (2000) menyebutkan teknik meliput berita bisa dilakukan dengan mendatangi secara rutin instansi pemerintah atau swasta, atau lokasi-lokasi lain yang memungkinkan munculnya hal-hal yang dapat menjadi berita (*beat system*). Peliputan macam ini dilakukan dengan cara ngepos atau mangkal di lokasi-lokasi yang berpotensi menimbulkan informasi yang harus diketahui masyarakat banyak. Adapun dua jenis liputan yang dapat dilakukan menurut Yunus (2010):

1) Liputan terduga

Berita muncul dari masalah-masalah yang sudah bisa diduga sebelumnya. Sehingga wartawan berperan sebagai *news maker* atau pembuat berita.

2) Liputan tak terduga

Dilakukan apabila berita muncul akibat masalah-masalah yang tidak terduga. Maka, wartawan berperan sebagai *news hunter* atau pemburu berita.

Untuk menyimpulkan, liputan terduga merupakan berita yang dicari dengan persiapan matang karena sudah mengetahui permasalahannya. Sementara, liputan tak terduga merupakan berita yang tidak muncul dengan sendirinya sehingga masalah dalam berita harus dicari. Peliputan dan penyampaian berita dapat dilakukan oleh seorang reporter.

## 2.7 Reporter

Dalam menyampaikan berita dibutuhkan pihak yang dapat memahami dan memberikan informasi dengan tepat, pihak tersebut biasanya disebut

sebagai reporter. Berdasarkan Kumar (2021, h.3) reporter memiliki arti sebagai:

Mengumpulkan dan menganalisis fakta tentang peristiwa terkini melalui wawancara, investigasi, atau pengamatan serta menulis berita yang menggambarkan peristiwa, latar belakang, makna, dan efek. Tugas dasar reporter adalah melihat peristiwa secara objektif, melaporkannya secara akurat, dan menjelaskan signifikansinya.

Dari pengertian reporter di atas, dapat dimengerti bahwa seorang reporter harus punya beberapa keahlian untuk bisa melaksanakan tugas mereka. Khususnya ketika membuat dan melaporkan berita bagi masyarakat banyak. Teknik reportase harus dilaksanakan sebaik-baiknya agar bisa mendapatkan dan memberitahu informasi dengan baik. Terdapat beberapa teknik umum dalam melakukan reportase berdasarkan Romli (2020), yaitu:

1) Observasi

Dalam melakukan observasi semua indera harus digunakan dengan baik. Seorang reporter harus mengamati peristiwa atau melakukan liputan langsung di lokasi kejadian. Reporter datang langsung ke tempat kejadian perkara untuk mengamati dan mengumpulkan fakta yang akan menjawab 5W + 1H (*What, when, where, why, who* dan *how*).

2) Wawancara

Melakukan wawancara berarti mencari lebih dalam informasi dengan bertanya kepada sumber berita/narasumber. Sumber berita bisa pelaku, korban, saksi, panitia, pengisi acara, pembicara, peserta, atau koordinator lapangan demonstrasi,

misalnya. Ada juga berbagai jenis wawancara yang dilakukan berupa:

- a) Pengumpulan Pendapat Umum (*man in the street interview*)
- b) Wawancara mendadak (*casual interview*)
- c) Wawancara tokoh (*personal interview*)
- d) Wawancara narasumber yang terkait dengan berita (*newspeg interview*)

### 3) Riset Data

Dalam melakukan riset data reporter dapat melakukan studi literatur. Dimana reporter mengumpulkan fakta/informasi dari dokumen yang sudah ada sebagai *background information* yang dapat menjadi pelengkap dari berita yang ditulis.

Ketika informasi telah diperoleh, maka berita yang ditulis tentunya harus mengikuti kaidah umum yang telah ditentukan dan digunakan bersama. Setelah proses itu, maka seorang pembawa berita akan menyampaikan berita tersebut.

## 2.8 Pembawa Berita

Berita yang diamati dan dikumpulkan reporter, biasanya dipandu atau dibawakan oleh seorang pembawa berita atau *presenter*. Menurut Latief & Yusiatie (2013, h.167) pengertian *presenter* adalah, “Orang yang tampil di depan kamera dan membacakan berita dari studio atau orang yang membawakan segala jenis program televisi dari studio bisa juga disebut

*anchor* atau *reader*.” Jika disimpulkan, pembawa berita/*presenter* adalah individu yang membacakan berita di depan kamera dari studio yang juga dapat disebut sebagai *anchor* atau *reader*.

Dalam membawakan berita seorang *presenter* harus memperhatikan beberapa aspek seperti gestur, kontak mata, volume suara, dan ekspresi wajah. Romli (2012) berpendapat bahwa *presenter* harus memperhatikan beberapa hal berikut:

- 1) Penggunaan intonasi yang tepat.
- 2) Memiliki artikulasi atau kejelasan dalam pelafalan kata demi kata.
- 3) Volume suara disesuaikan dengan irama/tempo/*speed* ketika membaca berita.
- 4) Postur tubuh yang tegap.
- 5) Kontak mata atau tatapan mata mengarah pada kamera (audiens).

Adapun salah satu hal yang harus dihindari ketika berbicara di depan audiens. menurut situs Lembaga Layanan Pendidikan Tinggi Wilayah IV (2021), yaitu lupa tersenyum. Salah satu cara untuk tetap terhubung adalah melalui ekspresi wajah, melalui senyuman. Namun senyuman juga harus disesuaikan dengan berita yang sedang dibacakan. Senyuman secara natural dapat menyebar kepada audiens yang sedang menonton.

## 2.9 Youtube

Youtube merupakan salah satu media sosial yang banyak digunakan dewasa ini. Qomariyah, Permana dan Hidayatullah (2021) mengatakan:

Youtube adalah sebuah situs web berbagi video yang memungkinkan pengguna dari seluruh dunia untuk menonton video yang diposting oleh pengguna lain dan mengunggah video mereka sendiri. Konten Youtube dapat berupa video pendidikan, hiburan, politik, sejarah, medis, dan pribadi.

Berdasarkan penjelasan di atas, media sosial yang satu ini dapat diakses oleh pengguna dari manapun dan kapanpun dengan jaringan internet yang aktif.

Berdasarkan Youtube Untuk Pers (t.t.), Youtube memiliki lebih dari dua miliar pengguna per bulannya, dapat diakses di 100 lebih negara dan dapat dimengerti dalam 80 bahasa.

Pengguna Youtube berdasarkan survei pada situs Data Reportal (Kemp, 2022), per Januari 2022, digunakan oleh 139 juta pengguna dari total 204,7 juta pengguna internet di Indonesia. Angka ini setara dengan 50% dari total penduduk Indonesia yang berjumlah 277,7 juta penduduk. Sehingga dapat dilihat bahwa masyarakat Indonesia sebagian besar adalah pengguna Youtube dan Youtube dapat berdampak besar bagi masyarakat Indonesia.