

SKRIPSI
ANALISIS MANAJEMEN PENGELOLAAN CHANEL YOUTUBE
POLEWALI MANDAR TV



SAHRUL
1710121093

PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI
FAKULTAS EKONOMI DAN ILMU-ILMU SOSIAL
UNIVERSITAS FAJAR
MAKASSAR
2022

SKRIPSI

ANALISIS PERLAKUAN AKUNTANSI ASET TETAP BERDASARKAN PSAP 07 PADA RUMAH SAKIT UMUM DAERAH LANTO DG.PASEWANG KAB.JENEPONTO

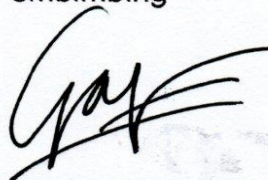
disusun dan diajukan oleh

SYAHRUL GUNAWAN
1710321099

telah diperiksa dan disetujui untuk diuji

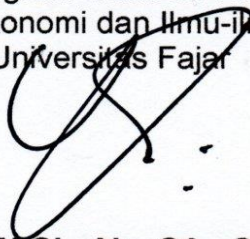
Makassar, 05 September 2022 ACC Skripsi

Pembimbing



Muhammad Gafur, S.E., M.Si., CTA., ACPA
NIDN: 0917128302

Ketua Program Studi S1 Akuntansi
Fakultas Ekonomi dan Ilmu-ilmu Sosial
Universitas Fajar



Yasmi, S.E., M.Si., Ak., CA., CTA., ACPA
NIDN: 0925107801

SKRIPSI

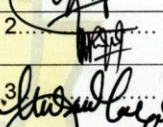
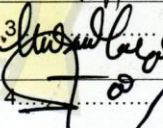
ANALISIS PERLAKUAN AKUNTANSI ASET TETAP BERDASARKAN PSAP 07 PADA RUMAH SAKIT UMUM DAERAH LANTO DAENG PASEWANG KAB.JENEPONTO

disusun dan diajukan oleh

SYAHRUL GUNAWAN
1710321099

telah dipertahankan dalam sidang ujian skripsi
pada tanggal **5 September 2022** dan
dinyatakan telah memenuhi syarat kelulusan

Menyetujui,
Dewan Penguji

No.	Nama Penguji	Jabatan	Tanda Tangan
1.	Muhammad Gafur, S.E., M.Si., CTA., ACPA NIDN: 0917128302	Ketua	1..... 
2.	Nur Aida, SE., M.SA., CTA., ACPA NIDN: 0903037902	Sekretaris	2..... 
3.	Muhammad Cahyadi, SE, M.Si, AAAIJ, QIP NIDN: 0911077502	Anggota	3..... 
4.	Dr. Abdul Samad A, S.E., M.Si NIDN: 0919067801	Eksternal	4..... 

Dekan Fakultas Ekonomi
dan Ilmu-Ilmu Sosial
Universitas Fajar



Dr. Hj. Yusmanizar, S.Sos., M.IKom
NIDN: 0925096902

Ketua Program Studi S1 Akuntansi
Fakultas Ekonomi dan Ilmu-Ilmu Sosial
Universitas Fajar



Yasmi, S.E., M.Si., Ak., CA., CTA., ACPA
NIDN. 0925107801

PERNYATAAN KEASLIAN

Saya yang bertanda tangan di bawah ini,

Nama : Syahrul Gunawan
NIM : 1710321099
Program Studi : Akuntansi S1

dengan ini menyatakan dengan sebenar-benarnya bahwa skripsi yang berjudul **ANALISIS PERLAKUAN AKUNTANSI ASET TETAP BERDASARKAN PSAP 07 PADA RUMAH SAKIT UMUM DAERAH LANTO DAENG PASEWANG KAB.JENEPONTO** adalah karya ilmiah saya sendiri dan sepanjang pengetahuan saya di dalam naskah skripsi ini tidak terdapat karya ilmiah yang pernah diajukan oleh orang lain untuk memperoleh gelar akademik di suatu perguruan tinggi, dan tidak terdapat karya atau pendapat yang pernah ditulis atau diterbitkan oleh orang lain, kecuali yang secara tertulis dikutip dalam naskah ini dan disebutkan dalam sumber kutipan dan daftar pustaka.

Apabila di kemudian hari ternyata di dalam naskah skripsi ini dapat dibuktikan terdapat unsur-unsur plagiasi, saya bersedia menerima sanksi atas perbuatan tersebut dan diproses sesuai dengan peraturan perundang-undangan yang berlaku (UU No.20 Tahun 2003, pasal 25 ayat 2 dan pasal 70).

Makassar,

Yang membuat pernyataan,



3BAKX061246398

Syahrul Gunawan

PRAKATA

Puji syukur kehadiran Tuhan Yang Maha Esa karena telah memberikan kesempatan kepada peneliti untuk melakukan penelitian ini, serta memberikan waktu dan tenaga kepada peneliti untuk menyelesaikan skripsi ini. Skripsi ini ditulis sebagai salah satu syarat untuk memperoleh gelar Sarjana Ilmu Komunikasi (S.I.Kom) pada Fakultas Ekonomi dan Ilmu Sosial Universitas Fajar.

Peneliti mengucapkan terima kasih kepada Bapak, H Deka, dan Uwwa, Hj Muliati, yang selalu mendoakan, mendukung dan memberikan semangat kepada peneliti. Kepada pembimbing skripsi peneliti, Bapak Yulhaidir, S.Ksi., M.I.Kom, terima kasih telah memberikan bimbingan, masukan, dan dukungan kepada peneliti sehingga dapat menyelesaikan skripsi ini

Terdapat banyak hambatan dan kesulitan ketika peneliti menyelesaikan skripsi ini, namun berkat dukungan serta masukan dan saran dari berbagai pihak akhirnya skripsi ini dapat dapat selesai. Maka dari itu peneliti ingin mengucapkan terima kasih kepada:

1. Ibu Soraya Firdausy, S.I.Kom., M.I.Kom selaku Ketua Program Studi Ilmu Komunikasi
2. Pimpinan dan staff Dinas Kominfo Polewali Mandar Tv yang telah memberikan izin kepada peneliti untuk melakukan penelitian dan atas kerjasama serta bantuannya sehingga peneliti dapat menyelesaikan skripsi ini.
3. Saudara-saudara saya, terima kasih atas dukungan dan berbagai saran serta masukan yang diberikan kepada peneliti
4. Untuk teman peneliti yang telah bersedia mendengarkan keluh kesah peneliti dan memberikan semangat, terima kasih.

Peneliti mengharapkan saran dan masukan dari pembaca agar skripsi ini dapat menjadi lebih baik. Peneliti berharap isi dari skripsi ini dapat berguna bagi pembaca. Semoga dapat menjadi sumber pengetahuan baru dan dapat menjadi referensi untuk penulisan skripsi berikutnya.

Tuhan melimpahkan nikmat-Nya yang tak berkesudahan kepada semua peneliti dan pembaca.

Makassar, 18 Agustus 2022

Peneliti

ABSTRAK

Analisis Manajemen Pengelolaan Chanel Youtube Polewali Mandar Tv

**Sahrul
Yulhaidir**

Manajemen dapat dianggap sebagai proses di mana sekelompok orang atau organisasi merencanakan, mengatur, mengarahkan, dan mengawasi anggotanya dan sumber daya lainnya untuk mencapai tujuannya. Beginilah cara pengelolaan *Channel YouTube TV Polewali Mandar*, pembaruan rutin dilakukan untuk memastikan bahwa saluran selalu terkini dan informatif bagi pemirsanya.

Pada penelitian kualitatif deskriptif ini, data dikumpulkan melalui wawancara dengan pihak terkait yaitu dari tim redaksi polewali mandar tv dan juga dengan melakukan observasi. Hasil penelitian menunjukkan bahwa manajemen pengelolaan chanel youtube terkait proses pengelolaan chanel youtube pada dinas kominfo polewali mandar tv itu di kelola dengan sangat teliti bertahap dan terstruktur. Karena mulai dari proses agenda pengambilan data atau berita dari lapangan sampai pada proses akhir itu melalui beberapa tahap. Pada alur produksi, itu dimulai dari agenda, peliputan, kemudian penugasan, akses peliputan di lapangan, kemudian wawancara dengan narasumber dengan tujuan untuk mengambil data, kelengkapan video, foto. Setelah itu kemudian data yang didapatkan dilaporkan langsung ke teman-teman narasi untuk di susun. Para tim bekerja dengan sangat professional mereka mengelola berita dengan sangat baik.

ABSTRACT

Management Analysis Youtube Chanel of Polewali Mandar Tv

**Sahrul
Yulhaidir**

Management may be thought of as the process through which a group of people or an organization plans, organizes, directs, and supervises its members and other resources to accomplish its objectives. This is how the Polewali Mandar tv YouTube channel is managed; regular updates are made to ensure that the channel is always current and informative for its audience.

In this descriptive qualitative research, data were collected through interviews with related parties, namely the editorial team of Polewali Mandar TV and also by making observations. The results showed that the management of the YouTube channel related to the YouTube channel management process at the Polewali Mandar TV Communications and Information Service was managed very carefully, gradually and structured. Because starting from the agenda of taking data or news from the field to the final process, it goes through several stages. In the production flow, it starts from the agenda, coverage, then assignments, access to coverage in the field, then interviews with sources with the aim of taking data, complete videos, photos. After that, the data obtained is reported directly to the narrative friends to be compiled. The team works very professionally they manage the news very well

DAFTAR ISI

	Halaman
HALAMAN SAMPUL.....	i
HALAMAN JUDUL.....	ii
HALAMAN PERSETUJUAN	iii
HALAMAN PENGESAHAN.....	iv
HALAMAN PERNYATAAN KEASLIAN	v
PRAKATA.....	vi
ABSTRAK.....	vii
ABSTRACT	viii
DAFTAR ISI.....	ix
DAFTAR TABEL	xi
DAFTAR GAMBAR.....	xii
DAFTAR LAMPIRAN	xiii
BAB I PENDAHULUAN	
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Rumusan Masalah.....	8
1.3 Tujuan Penelitian	9
1.4 Kegunaan Penelitian	9
BAB II TINJAUAN PUSTAKA	
2.1 Komunikasi	11
2.2 Media	15
2.3 Media Sosial	21
2.4 YouTube	31
2.5 Manajemen Pengelolaan Media Online.....	35
2.6 Tinjauan empirik.....	35
2.7 Kerangka Pikir.....	42
2.8 Defenisi Operasional	43

2.9 Tujuan Defenisi Operasional	44
BAB III METODE PENELITIAN	
3.1 Rancangan Penelitian	46
3.2 Kehadiran Peneliti	48
3.3 Lokasi Penelitian	48
3.4 Waktu Penelitian	48
3.5 Sumber Data	48
3.6 Teknik Pengumpulan Data	49
3.7 Analisis Data	51
3.8 Pengecekan Validitas Data	52
BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN	
4.1 Hasil Penelitian	55
4.2 Pembahasan	57
BAB V PENUTUP	
5.1 Kesimpulan	60
5.2 Saran	60
DAFTAR PUSTAKA	62

DAFTAR TABEL

	Halaman
Tabel 1	35

DAFTAR LAMPIRAN

Gambar	43
--------------	----

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Manajemen adalah kata Prancis kuno untuk "seni menerapkan dan mengelola," dan akar etimologisnya dapat ditelusuri kembali ke pengertian ini. Dalam arti yang lebih luas, manajemen adalah bidang studi yang berfokus pada bagaimana menyelesaikan tugas kelompok dengan mengoordinasikan aktivitas banyak individu atau sekumpulan sumber daya.

Munculnya televisi dan bentuk media audiovisual lainnya seiring dengan kemajuan teknologi, setelah diperkenalkannya inovasi seperti telegraf, telepon, fotografi, dan studio rekaman. Televisi, setelah pendahulunya radio dan cetak, memasuki lanskap media. Banyak orang dan bisnis berkontribusi pada perkembangan televisi. Pemrograman televisi adalah upaya kreatif berkelanjutan yang diproduksi untuk khalayak luas selama beberapa tahun. Hukum gelombang elektromagnetik, yang didirikan oleh Joseph Henry dan Michael Faraday, menandai awal dari era komunikasi elektronik dan dengan demikian menjadi dasar bagi perkembangan televisi. Kamera Selenium, yang dibuat oleh George Carey, memungkinkan pengamat untuk merasakan gelombang listrik. Sinar katoda pertama kali diidentifikasi oleh Eugen Goldstein sebagai gelombang cahaya yang diciptakan oleh tabung vakum.

Tidak mungkin membayangkan kehidupan modern tanpa berita. Ribuan berita memasuki kehidupan kita setiap hari. Berita dari hari sebelumnya ada di seluruh koran pagi. Laporan berita TV tidak hanya meliput peristiwa yang terjadi kemarin, tetapi juga yang sedang terjadi saat ini. Perkembangan internet, suatu bentuk komunikasi berbasis komputer, juga telah mempercepat penyebaran informasi. Ada berbagai macam berita yang diliput oleh berbagai media massa, termasuk politik, ekonomi, sosial, budaya, hukum, olahraga, dan sebagainya. Tampaknya ada berbagai jenis, dari regional hingga nasional, seperti yang ditunjukkan oleh lokasi berita yang diliput. Selain itu, pesatnya perkembangan teknologi berita memungkinkan kami mendeteksi peristiwa yang terjadi di luar negeri lebih cepat daripada kami mengenali peristiwa yang terjadi secara lokal. Televisi berbeda dengan media massa lainnya. Media visual dan aural yang dikenal sebagai televisi (TV) menggabungkan informasi, hiburan, dan pendidikan. biasa dalam hal lingkungan metaforis orang. Dan televisi berfungsi sebagai media konsolidasi untuk (bercerita).

Ketika membahas keadaan lanskap media saat ini, tidak mungkin untuk mengabaikan pengaruh luas media sosial (juga dikenal sebagai "media sosial"), yang telah meresap ke setiap aspek kehidupan kontemporer. Ke depan, tiga S—Social, Share, dan Speed—tampak menjadi tren yang dominan. Menjadi sosial berarti berinteraksi dengan orang lain dan memberi

dan menerima dari mereka. Istilah "berbagi" mengacu pada banyak cara di mana orang menyebarkan informasi dan konten melalui internet. Kecepatan jejaring sosial dalam menyebarkan informasi jauh melebihi kecepatan jurnalis menulis berita. Banyak orang menulis artikel untuk surat kabar dan situs web karena betapa sederhananya berbagi pengetahuan. Orang hanya dapat membuat berita mereka sendiri dengan memanfaatkan smartphone untuk menulis dan mengirimkannya. Tampaknya media massa tradisional telah digantikan oleh media sosial karena pesatnya penyebaran informasi di sana. Platform media sosial juga digunakan untuk menyebarkan konten yang diproduksi jurnalis di media tradisional.

Berbagai teknologi internet telah berkembang, memungkinkan individu untuk mengakses informasi dengan cepat. Hari-hari ini, jauh lebih mudah untuk melihat apa pun yang dapat ditemukan di internet, berkat kemajuan teknologi. YouTube adalah platform jejaring sosial yang ada di dalam internet itu sendiri.

Chad Hurley, Steve Chen, dan Jawed Karim adalah pendiri asli situs web YouTube. Kami dapat menggunakan platform ini untuk memposting video dan menyebarkannya ke audiens online. Kita tidak perlu menunggu lama untuk melihat video yang diposting di dalamnya. YouTube juga memiliki kemampuan siaran langsung yang sama menariknya (live streaming). Yang membedakannya dari televisi adalah kemampuan pemirsa untuk segera

mengungkapkan sudut pandangnya di kolom yang telah disediakan. Aksesibilitas dan luasnya konten YouTube—mulai dari komedi hingga how-tos hingga berita terkini—telah menjadikannya platform media sosial yang populer di kalangan penduduk setempat.

Kami mendapatkan berbagai berita domestik dan internasional di era informasi saat ini. Hari ini, kita mungkin mendapatkan berita dari berbagai sumber, termasuk surat kabar, televisi, dan radio. Di era informasi sekarang ini, berita dapat ditemukan di media cetak dan online. Berkat perkembangan teknologi informasi dan komunikasi modern, kita dapat dengan cepat dan mudah mendapatkan berita utama terbaru kapan pun kita mau. Media, jejaring sosial, situs web berita, dan lain-lain kini semuanya menyediakan berbagai sumber berita.

Peningkatan pesat dalam teknologi komunikasi telah memudahkan individu di lokasi yang berbeda untuk berkomunikasi satu sama lain dan untuk koneksi sosial baru dibuat secara online melalui platform seperti YouTube, Instagram, Facebook, Twitter, dan aplikasi pesan instan lainnya. Kegunaan internet di bidang sosial sudah lama disebut-sebut. Dengan menggunakan platform media sosial seperti dompet duaafa dan lainnya, orang-orang dapat berdonasi untuk amal dan membantu mereka yang terkena bencana alam. Google, Yahoo, dan mesin pencari lainnya memudahkan untuk menemukan apa yang kita cari secara online.

Remaja dan dewasa muda suka menggunakan media sosial. Dengan hanya smartphone yang terhubung ke internet, yang dapat dibawa-bawa dengan mudah, setiap orang dapat memiliki akses ke segala jenis informasi atau berita yang mereka pilih. Oleh karena itu, tidak mengherankan jika media sosial memainkan peran penting dalam proses pencarian informasi anak muda saat ini.

Internet saat ini merupakan bagian yang tidak terpisahkan dari kehidupan manusia. Internet tidak diragukan lagi adalah jaringan elektronik berbasis telepon atau satelit yang memfasilitasi komunikasi antara berbagai perangkat. Seseorang dapat menggunakan sistem ini untuk mencari semuanya, mulai dari berita terbaru hingga layanan streaming. 76,8% orang Indonesia, atau sekitar 202,35 juta orang, online pada satu waktu, menurut CNBC Indonesia. Angka ini menunjukkan betapa meluasnya penggunaan internet di semua aspek masyarakat.

Internet bukan lagi konsep baru atau domain eksklusif segelintir orang terpilih; melainkan, kehadirannya dan keuntungan yang diberikannya ada di mana-mana dalam kehidupan modern. Banyak orang percaya bahwa internet membuatnya terlalu mudah untuk menyembunyikan segala jenis informasi yang berpotensi merusak. Ketika datang untuk menghilangkan stres dari pekerjaan atau hanya menghabiskan waktu, internet sangat berharga.

Ketika individu ingin tahu mengapa mereka harus menggunakan internet, Anda memberi tahu mereka tentang keuntungannya. Informasi tentang banyak hasil positif yang akan terjadi dalam hidup kita, termasuk di bidang pembelajaran, penghasilan, sosialisasi, penyembuhan, dan kesejahteraan umum. Karena internet telah menembus setiap cabang studi, berbagai tanggapan yang menunjukkan nilainya menunjukkan keserbagunaan jaringan. Kenyamanan internet telah menjadi tarif standar, dan tampaknya anggapan umum bahwa "tidak ada hari tanpa internet" adalah benar.

Seperti yang disadari kebanyakan orang Amerika, internet telah lama menjadi bahan pokok pendidikan Amerika, dengan hampir setiap institusi pendidikan tinggi, dari taman kanak-kanak hingga sekolah pascasarjana, menyediakan semacam akses online kepada para siswanya. Salah satu dari banyak cara internet telah meningkatkan pendidikan adalah melalui penggunaan multimedia online dan program pelatihan berbasis komputer (ICT) interaktif dan platform e-learning yang lebih terkenal. Kemudahan akses informasi di bidang pendidikan merupakan salah satu cara lain di mana internet bermanfaat bagi dunia pendidikan dengan memfasilitasi transfer pengetahuan kepada siswa.

Akses internet telah menggeser paradigma di pasar dan sekarang dianggap sebagai kebutuhan dalam ekonomi global. Segala sesuatu mulai dari mengiklankan produk itu sendiri hingga penjualan dan pembelian

langsung adalah mungkin. Internet juga digunakan untuk perbankan, perdagangan saham, penerbitan, dan periklanan. Karena internet dapat dimanfaatkan sebagai media bisnis online yang cepat dan murah, maka dapat digunakan untuk mempermudah jual beli yang pada akhirnya dapat meningkatkan pendapatan masyarakat.

Masyarakat kini mengandalkan televisi sebagai sumber informasi, hiburan, dan perencanaan strategis. Berita malam adalah aktivitas pokok di ruang TV. Soal informasi, seperti pilkada lalu, pemirsa TV mengandalkan program berita. Siaran berita di TV Polewali Mandar sudah cukup terkenal di daerah tersebut.

Misi Polewali Mandar TV adalah untuk memberikan pencerahan kepada masyarakat tentang pemerintahan dan kemajuan yang dilakukan di Kabupaten Polewali Mandar. Penyebaran pengetahuan yang bermanfaat di antara penduduk setempat adalah fungsi penting lain dari media ini. Dengan menggunakan akun YouTube tv Polewali Mandar, masyarakat akan lebih mudah mengikuti berita yang berkaitan dengan Polewali Mandar. Di dunia sekarang ini, sudah umum orang beralih ke media saluran youtube polewali mandar tv untuk informasi dan hiburan. Ini termasuk konten berita formal serta video sehari-hari yang lebih santai, yang semuanya menjunjung citra merek saluran. Setelah membaca penjelasan di atas, menjadi jelas bahwa saluran youtube polewali mandar tv sangat penting untuk pertumbuhan

bahasa polewali mandar. Untuk acara TV Polewali Mandar, layanan Kominfo bertanggung jawab karena secara teknis dimiliki oleh pemerintah daerah. Top 5, liputan khusus, Karewa seminggu, dan liputan operasi strategis di lingkungan Pemkab Polman hanyalah beberapa contoh tayangan yang tayang rutin.

Mengingat hal di atas, Kementerian Komunikasi dan Informatika dan Humas Pemerintah Kabupaten Polewali Mandar harus bekerja sama untuk memutar roda pertumbuhan daerah. Ini adalah pembenaran penting bagi penulis untuk mengangkat judul “***Analisis Manajemen Pengelolaan Chanel Youtube Polewali Mandar TV***”.

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan konteks penelitian tersebut di atas, maka rumusan masalah untuk penelitian ini adalah sebagai berikut:

Bagaimana manajemen pengelolaan chanel youtube pada program Polewali Madar Tv.

1.3 Tujuan Penelitian

Kajian dimaksudkan untuk memberikan solusi terhadap permasalahan yang diajukan. Tujuan penelitian berikut diakui dapat dicapai dengan mempertimbangkan identifikasi masalah di atas:

Untuk mengetahui bagaimana manajemen pengelolaan chanel youtube pada program polewali mandar tv.

1.4 Kegunaan Penelitian

1) Kegunaan Teoritis

- a. Sebagai langkah awal peneliti memberikan informasi tentang bagaimana pengelolaan Chanel Youtube Polewali Mandar Tv.
- b. Kajian ini dapat menjadi sumber bagi peneliti selanjutnya di bidang ilmu komunikasi, khususnya yang tertarik untuk mengkaji peran pemerintah dalam mengawasi penyelenggaraan saluran YouTube saluran tv polewali mandar. Sebagai tugas akhir untuk memperoleh gelar sarjana (S1) pada jurusan ilmu komunikasi konsentrasi Broadcasting di Universitas Fajar.

2) Kegunaan Praktis

- a. Jika semuanya berjalan dengan baik di acara TV Polewali Mandar, itu akan memberikan kontribusi yang berharga bagi pengawasan pemerintah terhadap saluran YouTube.
- b. Hasil penelitian ini diharapkan dapat bermanfaat dan diimplementasikan dalam manajemen pengelolaan chanel youtube, pada program polewali mandar tv.

BAB II

TINJAUAN PUSTAKA

2.1 Komunikasi

2.1.1 Pengertian Komunikasi

Strategi komunikasi adalah gambaran mental bersama yang memungkinkan satu orang untuk menyampaikan pikiran dan emosi mereka kepada orang lain. Setiap orang di planet ini perlu berkomunikasi dengan orang lain. Manusia, secara alami, adalah makhluk sosial yang terprogram untuk menghabiskan hidup mereka dalam komunitas dan untuk berkomunikasi satu sama lain. Menurut Harold Lasswell, seorang ilmuwan politik dari Amerika Serikat dan bapak teori komunikasi, komunikasi adalah tindakan menggambarkan bagaimana pesan seseorang ditransmisikan dari satu orang ke orang lain (siapa mengatakan apa dengan saluran apa kepada siapa dan dengan efek apa).

2.1.2 Komunikasi Massa

Menyiarkan informasi kepada khalayak luas melalui outlet media yang tersebar luas adalah apa yang kita sebut "komunikasi massa" dalam dunia linguistik (berkomunikasi dengan media).

Komunikasi massa adalah kependekan dari "komunikasi media massa", yang mengacu pada frasa lengkapnya. Media massa berasal dari istilah

media komunikasi massa (mass communication media). Dengan asumsi kita ingin lebih spesifik, definisi linguistik dari komunikasi media massa adalah sebagai berikut:

- Komunikasi (penyampaian pesan)
- Media (saluran, sarana)
- Massa (orang banyak, publik)

Akibatnya, media merupakan bagian integral dari setiap jenis komunikasi massa. Media sangat penting untuk keberhasilan setiap strategi komunikasi massa.

Dengan kata lain, Littlejohn (1992) berpendapat bahwa media komunikasi tidak dapat dipisahkan dari proses komunikasi massa karena media merupakan satu-satunya sarana yang digunakan oleh penyebar informasi untuk menjangkau khalayak yang dituju, baik itu orang atau institusi masyarakat.

2.1.3 Karakteristik Komunikasi Massa

Ada berbagai kualitas atau karakteristik yang membedakan komunikasi massa, seperti:

1. komunikator terlembaga. Komunikator massa beroperasi di dalam struktur hierarkis yang rumit dan terstruktur. organisasi yang menggunakan media massa (seperti radio, televisi, dan internet) untuk menyebarkan informasi kepada masyarakat umum.

2. Pesan bersifat umum. Tujuan seorang komunikator massa bukan hanya untuk menjangkau beberapa individu terpilih, melainkan untuk menjangkau semua orang dengan informasi yang mereka sampaikan. Artinya, proses komunikasi dengan massa bersifat transparan. Hal ini disebabkan oleh sifat populasi komunikan yang tersebar. Berita juga memuat informasi yang relevan dan menarik bagi semua orang, bukan hanya satu kelompok tertentu.
3. Komunikannya Anonim dan Heterogen. Dalam komunikasi massa, orang yang menerima pesan sebagian besar tidak dikenal dan dari berbagai latar belakang. Ini karena dalam masyarakat di mana kebanyakan orang tidak mengenal satu sama lain secara pribadi, komunikasi massa adalah satu-satunya cara untuk menyampaikan pesan kepada semua orang. Terlepas dari perbedaan latar belakang (suku, ras, agama), kepribadian (tipe kepribadian), usia, jenis kelamin, lokasi (negara), norma budaya (kebiasaan), dan kelas sosial ekonomi (kelas).
4. Media massa bersifat keserempakan. Elvinaro (2007) mengutip Effendy (1981) untuk menjelaskan bahwa media massa simultan terdiri dari melakukan kontak dengan banyak orang yang tinggal di lokasi yang berbeda dari komunikator dan dalam kondisi yang berbeda.
5. Pesan yang disampaikan satu arah. Hal ini menunjukkan bahwa ada

kontak langsung antara komunikator dan komunikan, meskipun kedua belah pihak tidak bertemu secara fisik dan komunikan tidak dapat bereaksi secara langsung. Dalam hal ini, komunikator memegang kendali.

6. Umpan balik tertunda (*Delayed Feedback*). Dalam situasi ketika komunikator dan komunikan tidak hadir secara fisik bersama-sama, komunikator tidak dapat dengan cepat mengukur penerimaan pesan yang telah disampaikan.

2.1.4 Jenis-Jenis Komunikasi Massa

Jenis-jenis komunikasi massa terdiri dari empat, antara lain;

1. Iklan (Advertising)
2. Jurnalisme (Journalism)
3. Humas (Public Relations)
4. Media Sosial (Social Media)

2.1.5 Unsur-Unsur Komunikasi Massa

Antara lain, komunikasi massa meliputi hal-hal berikut:

1. Komunikator. Komunikasi dari pengirim. Budaya, daya saing, kompleksitas, dan biaya semuanya memiliki peran.
2. Pesan. Kode (teks), isi (isi program, informasi berita/media), dan gambar (gambar, suara, dan sebagainya) membentuknya.
3. Komunikan/khalayak. Jumlahnya besar, komposisinya beragam,

dengan tingkat anonimitas yang tinggi, dan tersebar secara geografis.

4. Media. Ada tujuh media andalan: bahan cetak, sumber online, media penyiaran, rekaman suara, dan media elektronik.
5. Gatekeeper, karena keinginan untuk bertindak secara bertanggung jawab. Tujuannya adalah untuk menghilangkan pesan, meningkatkan status pesan yang dipilih, dan menurunkan versi yang kurang penting.
6. Feedback. Berbagai jenis umpan balik termasuk yang representatif, kuantitatif, institusional, tidak langsung, dan tertunda.
7. Filter. Sebagai filter yang sudah ada sebelumnya, baik yang bersifat material maupun nonmaterial dan kultural.

2.2 Media

2.2.1 Pengertian Media

Peran media adalah untuk memfasilitasi komunikasi antara mereka yang memproduksi konten (sumber) dan mereka yang mengkonsumsinya (audiens). Surat kabar, majalah, radio, televisi, film, poster, dan spanduk adalah contoh media dalam KBBI. Purwanti dan Eldawi mendefinisikan media sebagai “segala sesuatu yang digunakan untuk menyampaikan informasi dari satu audiens ke audiens lainnya”, yang berpotensi mempengaruhi sikap, proses mental, dan tingkat perhatian siswa di dalam kelas. Akibatnya, banyak bentuk media seperti surat kabar, artikel internet, film, televisi, dan banyak lagi yang meresap dalam kehidupan kita sehari-hari.

Karena ketersediaan media yang tersebar luas di masyarakat modern, masalah apa pun dapat dengan cepat dan mudah ditangani dan diperbaiki. Kesalahpahaman antara penyedia informasi dan penerima informasi dapat diminimalkan bahkan dengan penggunaan media ini. Dan semakin kita mendidik diri kita sendiri melalui media, semakin kita tumbuh dalam kebijaksanaan dan pemahaman.

Media telah berkembang dengan kemajuan teknologi era modern, transisi dari format kertas saja ke yang dapat diakses melalui berbagai perangkat elektronik portabel. Penting untuk memanfaatkan aksesibilitas media dengan baik sehingga tidak ada yang tertinggal dalam kegelapan.

2.2.2 Fungsi Media

Media penerapannya luas, termasuk namun tidak terbatas pada bidang pendidikan, politik, dan lain-lain. Media memiliki beberapa tujuan, antara lain:

1. Sebagai sarana informasi bagi masyarakat

Kemampuan media untuk menyebarkan informasi telah menyederhanakan proses pengumpulan fakta dan data untuk publik. Dapat belajar banyak hanya dengan ponsel. Sumber pengetahuan lainnya adalah televisi.

2. Sebagai sarana untuk menyalurkan ide dan gagasan

Untuk menjadi kreatif, seseorang harus mampu memahami ide dan konsep. Jika menyimpan pikiran dan ide untuk diri sendiri, tidak ada

orang lain yang akan mengetahuinya. Dewasa ini, film, cerita pendek, novel, dan bentuk media lainnya semuanya dapat dimanfaatkan untuk menyampaikan pesan atau menyampaikan suatu konsep.

3. Sebagai sarana pendidikan dalam kegiatan belajar mengajar

Untuk itu, pendidik harus terus-menerus mencari bentuk media pembelajaran baru yang lebih sesuai dengan kebutuhan individu siswanya dan memastikan bahwa mereka tetap tertarik selama proses pembelajaran. memperoleh pengetahuan di bidang ilmiah.

4. Sebagai sarana untuk mendapatkan hiburan

Media dapat berfungsi tidak hanya untuk menginformasikan atau mendidik, tetapi juga untuk menghibur. Wajar jika dikatakan bahwa fitur ini dapat membantu seseorang yang sedang merasa lelah. Biasanya, film, lagu, dan buku adalah bentuk media hiburan yang paling umum.

5. Sebagai sarana pengawas sekaligus pengontrol kegiatan sosial

Media juga memainkan peran penting dalam masyarakat dengan membantu mengawasi dan mengatur berbagai kegiatan. Jika setiap orang dalam sebuah komunitas menyadari kehadiran media, maka akan lebih sulit bagi mereka untuk terlibat dalam perilaku negatif, yang akan mengarah pada suasana komunal yang lebih positif.

6. Sebagai sarana untuk menyelesaikan keterbatasan pada alat indera,

ruang, dan waktu

Dengan bantuan media, kita dapat mengatasi kendala sensorik, spasial, dan temporal. Karena itu, pengetahuan sekarang dapat diakses oleh semua orang berkat media. Ini karena ada beberapa media yang kita miliki untuk menyebarkan dan menyerap informasi.

2.2.3 Jenis-Jenis Media

Berbagai bentuk media sekarang dapat didiskusikan, mengikuti diskusi kita tentang tujuannya. Media audio-saja, media video-saja, dan media audio-visual gabungan adalah tiga kategori utama media.

1. Media visual

Ketika kita berbicara tentang "media visual", kita mengacu pada segala jenis media yang terutama mengandalkan penglihatan, seperti foto, film, dan sejenisnya. Proyektor adalah jenis media visual yang umum digunakan oleh banyak individu, dan informasi yang dikomunikasikan kepada audiensnya juga sering disajikan secara visual. Dapat membagi media visual menjadi dua kategori: yang memiliki gambar bergerak dan yang tidak. Sebenarnya, kedua bentuk media visual tersebut dapat menyatu menjadi satu struktur. Akan ada banyak audiens yang ingin menyerap data yang disajikan melalui media visual. Selain itu, informasi yang ditawarkan pada media visual akan lebih mudah dipahami karena disertakannya gambar-gambar

yang mewakili fakta.

2. Media audio

Istilah "media audio" mengacu pada media apa pun yang sering digunakan untuk penyebaran kata yang diucapkan. Oleh karena itu, kemampuan mendengar merupakan indera yang sangat penting untuk memahami informasi yang dikirimkan oleh media pendengaran. Konten audio sering ditawarkan dalam bentuk siaran radio. Namun seiring berjalannya waktu dan teknologi, media audio telah berevolusi menjadi podcast. Siaran podcast adalah cara mudah untuk memperoleh berbagai informasi di satu tempat. Oleh karena itu, wajar untuk mengatakan bahwa inti dari transmisi audio adalah untuk menyampaikan informasi verbal dan non-verbal. Informasi yang disampaikan dengan kata-kata atau bahasa lisan. Vokalisasi atau suara yang menyampaikan informasi yang tidak dapat diterjemahkan ke dalam kata-kata.

3. Media visual audio

Yang dimaksud dengan "media audio visual" adalah jenis media yang menggabungkan komponen visual dan auditori untuk memberikan informasi berupa gambar bergerak dengan suara pengiring. Akibatnya, banyak orang percaya bahwa menonton dan mendengarkan bentuk media ini lebih menyenangkan. Ketika

digabungkan, media ini berpotensi untuk secara langsung menggairahkan tidak hanya satu, tetapi dua indera—pendengaran dan penglihatan. Ada dua kategori utama media audiovisual: yang memiliki gambar bergerak dan yang tidak. Video, film, dan bentuk lain dari materi audiovisual bergerak kini tersedia bagi kita. Buku suara, halaman suara, dan bentuk lain dari media audio visual adalah non-verbal.

2.2.4 Manfaat Media

Sederhananya, ada beberapa keuntungan terpapar media, baik sekarang maupun di masa depan. Kekuatan utama media, bagaimanapun, adalah kemampuannya untuk memfasilitasi interaksi interpersonal yang lebih baik. Beberapa keunggulan media antara lain sebagai berikut:

1. Informasi dapat diperoleh lebih cepat, mencegah orang tidak menyadari perkembangan. Perkembangan internet dan bentuk-bentuk teknologi modern lainnya berdampak pada jenis informasi yang diterima secara umum.
2. Kemampuan publik untuk berkontribusi difasilitasi oleh ketersediaan ponsel, yang dapat mereka gunakan untuk mengirim pesan teks dalam informasi yang relevan.
3. Semua informasi yang diperlukan dapat dimasukkan, mencegah kebingungan antara kedua pihak yang terlibat dalam proses

komunikasi.

4. Tidak perlu banyak waktu atau usaha, dan penerima akan menghargai peningkatan efisiensi dan efektivitas pesan.

2.3 Media Sosial

2.3.1 Pengertian Media Sosial

Sederhananya, media sosial adalah layanan online apa pun yang memfasilitasi interaksi pengguna dengan orang lain. Wajar untuk mengatakan bahwa media sosial adalah salah satu topik yang paling banyak dibicarakan saat ini. Contoh hal yang bisa dilakukan di media sosial antara lain berbicara dengan orang lain, berbagi artikel, gambar, dan video, serta menonton dan mengomentari postingan orang lain. Selama 24 jam, semua pengguna akan mendapatkan akses ke berbagai materi yang dibagikan.

Di dunia sekarang ini, hampir setiap orang, dari yang termuda hingga yang tertua, menggunakan beberapa jenis media sosial, baik untuk alasan profesional maupun pribadi.

Kehidupan sosial seseorang, termasuk interaksi dengan teman dan keluarga, dapat memperoleh manfaat besar dari ketersediaan media sosial. Efek baik dan negatif dari penggunaan fasilitas media sosial dibahas di sini.

1. Isolasi Digital pada Diri Seseorang di Era Modern

Baru-baru ini, ungkapan "Jejaring sosial dapat menghubungkan orang-orang yang jauh dan juga memisahkan mereka yang dekat" telah banyak

dibicarakan. Seseorang dapat dengan mudah dan cepat berteman dengan orang-orang dari seluruh dunia di media sosial. Tidak masalah di mana Anda berada selama Anda memiliki koneksi internet, karena media sosial tidak pernah tidur. Persahabatan antara orang Indonesia dan Cina, Korea, dan bahkan Amerika dimungkinkan. Kekuatan media sosial membuat semuanya menjadi mungkin. Pemasaran media sosial yang sukses dapat menghasilkan imbalan finansial. Penting untuk mengevaluasi kembali kalimat "Jauhkan yang dekat" sebagai contoh efek berbahaya dari media sosial. Ketika seseorang tersesat dalam online dan sama sekali mengabaikan dunia di sekitar mereka.

2. Dapat Mengakibatkan Merosotnya Motivasi dan Prestasi bagi Pelajar.

Frekuensi siswa menggunakan situs jejaring sosial online berkorelasi terbalik dengan kinerja akademik mereka. Minat siswa dalam lingkaran sosial mereka mungkin lebih diutamakan daripada kinerja akademis mereka, yang akan menjelaskan mengapa mereka kurang termotivasi untuk belajar. Jejaring sosial mungkin menyenangkan, tetapi juga bisa membuat Anda terlalu teralihkan untuk mengambil buku pelajaran sekolah atau universitas Anda lagi. Akibat keasyikan Anda dengan media sosial, Anda harus bekerja cepat sambil menyelesaikan proyek sekolah atau kuliah. Akibatnya, penggunaan berlebihan menurunkan kapasitas mereka untuk belajar.

3. Menjadikan Seseorang Pemalas.

Populasi yang paling rentan terhadap dampak ini adalah anak-anak, namun tidak terbatas pada mereka. Mereka mengabaikan tanggung jawab akademis dan spiritual mereka, serta hubungan sosial kehidupan nyata mereka, demi rekan online mereka. Sampai-sampai anak muda itu tidak lagi bertanggung jawab atas tugas-tugas tersebut.

4. Menjadikan Seseorang Egois

Ego seseorang akan semakin besar karena mereka menghabiskan lebih banyak waktu di platform jejaring sosial. Dia kehilangan kontak dengan kenyataan dan mulai mengkhawatirkan teman-temannya karena mereka selalu menggunakan ponsel dan komputer mereka. Hingga akhirnya orang-orang berhenti peduli terhadap orang lain atau lingkungan mereka yang sebenarnya. Penghargaan mereka untuk teman online mereka menumpulkan persepsi mereka tentang dunia di sekitar mereka. 96 Sulit untuk menghalangi mereka yang tenggelam dalam permainan media sosial mereka. Hal ini terutama berlaku bagi remaja, yang sering kali tidak memiliki kemampuan untuk menetapkan prioritas dengan benar. Kebaruan aplikasi jejaring sosial akan membuatnya terlalu mudah bagi mereka untuk lupa waktu. Dengan cara itu, orang tidak akan ingat untuk melakukan tindakan yang diperlukan tetapi memakan waktu yang penting untuk kesuksesan media sosial. Para peneliti melihat contoh langsung seperti ini, di mana siswa lebih asyik dengan ponsel mereka daripada dengan lingkungan sosial langsung mereka; penyelidikan

lebih lanjut mengungkapkan bahwa para siswa ini merasa lebih mudah dan lebih menyenangkan untuk terlibat dalam percakapan virtual daripada pertemuan tatap muka.

5. Merusak Tata Bahasa

Ketika berkomunikasi dengan teman di situs jejaring sosial (media sosial), tidak ada aturan keras dan cepat yang harus diikuti oleh setiap orang. Karena kurangnya buku aturan tata bahasa yang diterima secara universal, pengguna situs jejaring sosial harus mengembangkan bahasa gaul dan informal mereka sendiri di mana mereka mengekspresikan diri secara bebas dan tanpa memperhatikan sintaks yang tepat.

6. Menjadikan Seseorang Susah Bergaul dan Menyendiri.

Banyak pengguna internet telah mengembangkan ketidakpedulian yang tidak berperasaan terhadap orang lain dan alam sebagai akibat langsung dari kecanduan mereka terhadap situs jejaring sosial (media sosial) di internet. Seseorang yang telah mengembangkan ketergantungan pada jaringan sosial online kemungkinan akan menderita karenanya. Hal ini menyebabkan dia menjadi "Antisosial" dan tidak peduli dengan lingkungan sekitarnya.

7. Menjadikan Seseorang Lebih Suka Menghamburkan Uang

Akses gratis ke layanan jejaring sosial online terbukti berkorelasi dengan pendapatan yang lebih rendah (terutama jika mereka harus mengakses

jejaring sosial dari warnet). Pemborosan karena uang dibelanjakan secara tidak efisien.

Munculnya platform media sosial adalah intrinsik untuk evolusi internet. Fondasi yang diletakkan selama beberapa dekade yang lalu telah memungkinkan media sosial untuk berkembang dan berkembang ke ukuran dan kecepatannya saat ini. Hal ini memungkinkan setiap pengguna dengan koneksi internet untuk berpartisipasi dalam proses penyebaran informasi atau materi kapan saja dan dari lokasi mana pun.

2.3.2 Sejarah Media Sosial

Terlepas dari kenyataan bahwa itu awalnya dirancang untuk tidak lebih dari sarana komunikasi biasa, media sosial telah berkembang untuk memainkan peran penting dalam masyarakat modern. Seiring perkembangannya, media sosial telah digunakan untuk banyak kegunaan, mulai dari penyebaran informasi hingga arisan dan ajakan hingga promosi komersial.

Banyak bentuk baru dari media sosial online baru-baru ini muncul sebagai akibat dari pertumbuhan eksponensial dari kekuatan komputasi. Situs media sosial seperti Facebook, Twitter, Line, WeChat, dan Cocoa Talk kini dapat diakses dengan mudah dari ponsel cerdas mana pun yang mendukung internet, meningkatkan volume dan kecepatan arus informasi. Bahkan di negara-negara yang kurang maju seperti Indonesia, di mana

jumlah pengguna internet terus meningkat, peran media massa tradisional dalam menyampaikan berita dan informasi terancam oleh pesatnya ekspansi media sosial. Pada tahun 1978, sistem papan buletin ditemukan, memungkinkan orang yang koneksi internetnya masih terhubung ke saluran telepon melalui modem untuk memposting, atau mengunduh, konten untuk berinteraksi melalui surat elektronik. Penemu Ward Christensen dan Randy Suess keduanya adalah pengguna komputer yang rajin dan memiliki hasrat untuk menciptakan perangkat lunak yang berguna. Pada tahun 1971, ilmuwan ARPA (Advanced Research Projects Agency) mengirimkan surat elektronik pertama, sebuah tonggak sejarah dalam sejarah media sosial. GeoCities diluncurkan pada tahun 1995 dan menyediakan Web Hosting, layanan yang memungkinkan siapa saja yang memiliki koneksi internet untuk melihat situs web yang dihosting di server orang lain. secara alami, dan peluncuran GeoCities menandai awal dari web modern.

Seperti namanya, "media sosial" adalah platform di mana pengguna dapat bertemu orang baru, menyebarkan berita dan ide, dan bekerja sama. Salah satu persyaratan mendasar kehidupan modern adalah akses siap ke media. Ini karena orang-orang di wilayah lain di dunia memiliki kebutuhan yang tak terpuaskan akan media. Dalam pengertian yang paling mendasar, media dapat didefinisikan sebagai saluran melalui mana informasi disebarluaskan; namun, sebagaimana terlihat dari kebanyakan literatur

tentang topik tersebut, definisi media ini sering kali lebih mendekati karakter massanya. Beberapa orang membuat kriteria media berdasarkan teknologi, seperti media cetak yang menunjukkan bahwa media tersebut dibuat dengan menggunakan mesin cetak, dan media elektronik, yang menunjukkan bahwa media tersebut dibuat dengan peralatan elektronik. Materi video visual, yang diterima melalui sistem pendengaran dan visual, merupakan salah satu contoh sumber atau organ yang menjelaskan cara mendapatkan atau memproses kode-kode pesan. Yang lain menyusunnya berdasarkan media yang ditransmisikannya, seperti dalam media penyiaran (broadcast) di mana stasiun televisi berfungsi sebagai pusat penciptaan pesan tertentu, yang kemudian disiarkan kepada siapa saja yang memiliki akses ke pesawat televisi. . Berkat media sosial, orang-orang di seluruh dunia sekarang memiliki kesempatan yang sama. Untuk zaman ini, media sosial berfungsi sebagai sarana komunikasi karena memungkinkan orang untuk bekerja sama tanpa memandang jarak atau waktu. Dunia sekarang tampak lebih dekat dari sebelumnya, berkat perkembangan teknologi, pengetahuan, dan instrumen yang lebih canggih yang dihasilkan oleh industri.

Karena meningkatnya kebutuhan akan berita, hiburan, instruksi, dan paparan perspektif dari seluruh dunia, akses mudah ke media telah meningkat ke tingkat kebutuhan universal. Istilah "media sosial" mengacu pada platform online apa pun yang memfasilitasi interaksi pengguna-ke-

pengguna, kolaborasi, berbagi, komunikasi, dan pembentukan hubungan sosial virtual. Internet, dengan banyak situsnya, termasuk platform media sosial, merupakan produk teknologi di era digital modern.

Jenis-jenis media sosial :

a. Media Jejaring sosial (social net working)

Istilah "jejaring sosial" mengacu pada setiap layanan online yang memungkinkan penggunanya untuk membangun jaringan sosial dengan menambahkan teman, memposting komentar dan pertanyaan, dan terlibat dalam diskusi dengan orang lain. Platform media sosial yang paling banyak digunakan adalah jejaring sosial. Media ini menyediakan saluran melalui mana pengguna dapat terlibat dalam interaksi sosial, dan mengalami hasil dari interaksi tersebut, dalam pengaturan digital. Bentuk media sosial yang paling banyak digunakan adalah situs jejaring sosial. Anggota dapat berkomunikasi satu sama lain melalui platform media sosial. Percakapan terjadi tidak hanya dalam kata-kata tetapi juga dalam bentuk gambar dan video yang mungkin menarik minat pengguna lain. Semua publikasi adalah kelompok aktual di mana peserta dapat bertukar informasi tentang peristiwa terkini. Setiap anggota situs jejaring sosial menciptakan serangkaian koneksi dengan pengguna lain, beberapa di antaranya mungkin sudah mereka kenal dari kehidupan offline mereka tetapi

siapa yang mungkin mereka kenal lebih baik melalui interaksi online mereka. Persahabatan baru ini sering dimulai dengan minat atau aktivitas bersama, ideologi atau latar belakang (baik di sekolah menengah, perguruan tinggi, atau tenaga kerja), atau ikatan umum yang mengikat mereka bersama. Keberadaan situs jejaring sosial seperti Facebook adalah media sosial yang digunakan untuk memposting materi seperti profil, aktivitas, atau bahkan pandangan pengguna, dan media yang memberi ruang untuk komunikasi dan keterlibatan dalam jejaring sosial virtual. Fitur "dinding" di Facebook memungkinkan pengguna untuk berbagi pemikiran dan perasaan mereka tentang peristiwa terkini, termasuk politik. LinkedIn.com, platform jejaring sosial tempat pengguna dapat mengirimkan resume dan profil mereka untuk dilihat oleh calon pemberi kerja, adalah contoh lain dari platform berorientasi profesional. Untuk pembaca, ada Goodreads.com; untuk berbagi lokasi, ada foursquare; dan untuk instant messaging, ada aplikasi seperti BBM, Whatsapp, dan Telegram.

b. Blog

Weblog, atau web log, adalah sejenis media sosial yang mendorong penggunanya untuk mempublikasikan materi tertulis dalam gaya jurnal pribadi. Jadi, dengan sebuah blog, konten menjadi

milik para kontributor. Blog adalah sejenis media sosial di mana pengguna dapat mendokumentasikan kehidupan sehari-hari mereka, mendiskusikan kehidupan itu dengan orang lain, dan menyebarkan informasi dalam bentuk tautan ke situs lain, artikel, dan sebagainya. Itu adalah Jorn Borger, pada tahun 1997, yang menciptakan kata "weblog" untuk menggambarkan buku harian online pribadi; nama "blog" berevolusi dari frasa ini. Ada beberapa buku harian pribadi (tulisan harian) oleh pemilik media di situs, serta bagian komentar bagi pembaca untuk meninggalkan pemikiran mereka sendiri. Blog melayani berbagai tujuan, dari buku harian online dan publikasi kampanye hingga situs berita dan bahkan seluruh bisnis. Ada blog yang ditulis oleh satu orang dan blog yang ditulis oleh sekelompok orang. Selain itu, banyak blog mendorong partisipasi pembaca dengan menyertakan alat seperti buku tamu dan bagian komentar di mana pembaca dapat berbagi pemikiran mereka tentang topik yang disajikan, sementara yang lain mengambil pendekatan sebaliknya (non-interaktif).

c. Microblogging

Sebagai subgenre blogging, microblogging memfasilitasi pembuatan pembaruan singkat (seringkali panjangnya tidak lebih dari 200 karakter). Seperti Twitter, mikroblog ini dapat berfungsi sebagai

gudang atau outlet untuk pemikiran dan pendapat seseorang. Microblogging adalah jenis media sosial lain yang memungkinkan individu untuk berbagi pemikiran dan pengalaman mereka dengan dunia. Munculnya Twitter, yang membatasi pengguna hingga batas 140 karakter per tweet, menandai titik balik dalam pengembangan genre media sosial ini. Dengan men-tweet dengan hashtag tertentu seperti #ayoindonesia atau #eeaaindonesia, pengguna dapat dengan cepat dan mudah terhubung dengan orang lain yang memiliki minat yang sama, menyebarkan informasi, mempromosikan pandangan orang lain, mendiskusikan isu-isu paling mendesak (trending topic), dan bahkan berkontribusi dalam percakapan. seperti yang terungkap.

Pada tanggal 24 Mei 1844, sebagaimana dinyatakan di situs web maryville.edu, konsep media sosial pertama kali dimunculkan. Dahulu kala, media sosial tidak lebih dari rangkaian titik dan garis yang ditulis pada mesin telegraf. Sekitar waktu yang sama, Samuel Morse menyiarkan pesan telegraf pertama.

Jaringan Badan Proyek Penelitian Lanjutan (Arpanet) pada tahun 1969 meletakkan dasar bagi komunikasi digital, internet kontemporer, dan konsep modern media sosial seperti yang kita kenal sekarang. Departemen Pertahanan AS mendanai pengembangan jaringan data ini untuk memfasilitasi komunikasi antara peneliti di empat institusi berbeda dan

berbagi sumber daya seperti perangkat lunak, perangkat keras, dan informasi.

National Science Foundation kemudian meluncurkan NSFNET, jaringan digital nasional yang lebih kuat, pada tahun 1987. Setelah satu dekade beroperasi, National Science Foundation memperkenalkan konsep media sosial kepada dunia pada tahun 1997.

Layanan komunikasi online seperti CompuServe, America Online, dan Prodigy dimungkinkan oleh perluasan dan perkembangan internet antara tahun 1980 dan 1990, sebagaimana dirinci dalam artikel berjudul "The History of Social Networking" di situs web Digital Trends. Pengguna dapat menghubungi satu sama lain dalam berbagai cara, dari email dan papan pesan hingga pesan instan. Inilah alasan utama mengapa platform media sosial pertama, Six Degrees, muncul pada tahun 1997. Tidak seperti situs jejaring sosial lainnya seperti Facebook, Six Degrees dibangun di atas hubungan aktual anggota satu sama lain database.

Karena kegagalan media sosial Six Degrees iseng. Jenis media sosial baru yang disebut Friendster diperkenalkan ke dunia teknologi komunikasi pada tahun 2001. Friendster, berbeda dengan pendahulunya, telah menarik jutaan anggota hanya dengan kebutuhan akun email dan jaringan sosial online minimal. Livejournal, sebuah situs web untuk menulis weblog atau blog, muncul sebagai jenis layanan komunikasi media sosial awal yang

populer sekitar waktu yang sama, pada tahun 1999. memenangkan banyak orang. Sementara itu, pada tahun 2003, Google secara resmi mengakuisisi Blogger, platform penerbitan yang dikembangkan oleh perusahaan rintisan Internet Pyra Labs.

Selain itu, pada tahun 2002, sebuah situs jejaring media sosial bernama LinkedIn mampu menangkap minat basis pengguna yang cukup besar. Platform itu sendiri dirancang dengan mempertimbangkan individu yang berpikiran karier. Setelah lebih dari dua dekade pengembangan, LinkedIn sekarang memiliki lebih dari 675 juta anggota di seluruh dunia, menjadikannya salah satu platform jejaring sosial terbesar. Mereka yang mencari pekerjaan atau profesional SDM masih dapat menggunakan LinkedIn karena tujuan ini. Myspace, yang memulai debutnya pada tahun 2003 dan masih kuat, adalah layanan jejaring sosial yang telah menjadi salah satu situs web paling populer di dunia. Pengguna platform jejaring sosial ini dapat mengunggah dan berbagi klip audio langsung dari halaman profil mereka.

Myspace tampaknya tak terbendung, kemudian Facebook datang pada tahun 2008 dan menghancurkan mereka. Pada tahun 2012, raksasa internet Google mencoba memasuki pasar media sosial dengan Google+. Namun, setelah muncul laporan bahwa itu melanggar privasi sekitar 500.000 anggota, platform jejaring sosial ini dengan cepat mati.

2.3.3 Manfaat Media Sosial

Keberhasilan media sosial sebagai salah satu platform digital yang paling banyak digunakan saat ini telah memungkinkannya untuk menyatukan hampir semua orang dengan akses ke internet. Meskipun demikian, itu jauh dari semua yang baik untuk media sosial; itu juga melayani berbagai tujuan lain. Bagaimanapun, Gramedia.com dapat digunakan untuk meringkas sejumlah fitur media sosial, seperti:

1. Komunikasi

Komunikasi adalah tujuan utama dari media sosial. Ketika media sosial pertama kali muncul, tujuan utamanya adalah menyediakan lingkungan yang positif bagi pengguna. Namun, seiring dengan kemajuan internet dan teknologi lainnya, media sosial telah menjadi lebih dari sekadar alat komunikasi sederhana; itu telah menjadi dunia kedua di mana orang-orang dari seluruh dunia dapat bertemu dan membentuk hubungan satu sama lain. Berkat media sosial, kini kita dapat melakukan percakapan yang melampaui ruang dan waktu.

2. Branding

Pemasaran adalah tujuan kedua dari media sosial. Selain berfungsi sebagai tempat pertemuan global bagi individu dari berbagai latar belakang, media sosial terus berkembang untuk memenuhi

berbagai permintaan pengguna, termasuk persyaratan identitas perusahaan yang konsisten. Branding adalah proses di mana seorang individu menciptakan reputasi mereka di antara khalayak luas. Untuk mencapai branding, individu sering memiliki gaya khusus mereka sendiri dalam mengatur profil media sosial mereka untuk membuat mereka menarik bagi orang lain. Karena kenyataan bahwa setiap orang di dunia nyata memiliki kualitas unik mereka sendiri, profil media sosial sangat analog.

3. Tempat usaha

Ketiga, media sosial berfungsi sebagai platform untuk pertukaran komersial. Setelah memantapkan diri sebagai saluran komunikasi dan promosi yang andal, media sosial terus berkembang ke titik di mana setiap pengguna dapat membuka toko online atau offline. Pengguna telah menemukan bahwa mudah untuk membangun kehadiran virtual di lingkungan yang selalu aktif yang disediakan oleh media sosial. Potensi ini untuk menarik lebih banyak pelanggan daripada metode offline tradisional sangat tinggi.

4. Marketing

Pemasaran adalah tujuan keempat dari media sosial. Karena media sosial terus diakses oleh individu, ia telah mampu mengembangkan alat yang berguna untuk bisnis. Keuntungan telah

meningkat dan kepuasan pelanggan meningkat dengan menggunakan strategi ini.

2.3.4 Jenis Media Sosial

Sebagai hasil dari kebutuhan ini, sejumlah besar platform media sosial baru telah muncul, yang semuanya berlomba-lomba untuk waktu dan perhatian pengguna. Karena pesatnya pertumbuhan media sosial, banyak situs yang sebelumnya populer di kalangan pengguna gulung tikar atau dibeli oleh entitas yang lebih mapan. Nah, berikut adalah beberapa layanan dan platform jejaring sosial favorit komunitas:

1. Layanan blog

Layanan blog dapat dianggap sebagai versi online dari jurnal kertas. Salah satu dari platform ini memungkinkan pengguna untuk memposting pemikiran dan pendapat mereka tentang topik tertentu. Blogger adalah istilah umum bagi mereka yang berpartisipasi dalam media sosial semacam ini. WordPress dan Blogger adalah dua contoh populer dari layanan hosting blog media sosial.

2. Layanan jejaring sosial (social network)

Salah satu bentuk media sosial yang paling populer di seluruh dunia saat ini adalah layanan jejaring sosial, kadang-kadang dikenal sebagai jejaring sosial. Banyak individu berkumpul di beberapa bentuk media sosial karena mereka berfungsi sebagai pusat untuk

berbagi informasi dan membentuk hubungan. Pengguna layanan ini sering berbagi konten tekstual, file media, dan tautan satu sama lain. Facebook dan LinkedIn adalah dua contoh situs jejaring sosial yang memanfaatkan media sosial.

3. Layanan blog mikro (microblogging)

Selanjutnya, kami memiliki layanan microblogging, atau singkatnya microblogging. Media sosial semacam ini menampilkan halaman yang lebih padat, tetapi menawarkan fitur dan kasus penggunaan yang hampir identik dengan blog. Untuk alasan ini, layanan microblogging jauh lebih cepat daripada layanan blog. Twitter adalah layanan microblogging yang populer.

4. Layanan berbagi media (media sharing)

Layanan berbagi media, umumnya dikenal sebagai berbagi media, adalah kategori media sosial berikutnya yang harus Anda kenal. Jika Anda masuk ke situs media sosial seperti YouTube atau Soundcloud untuk bersenang-senang atau tugas sekolah secara teratur. Yang berarti Anda mungkin pernah menggunakan platform berbagi file ini sebelumnya. Beberapa platform media sosial ini terutama dirancang untuk mendorong pengguna mendistribusikan dan mendiskusikan karya media seperti musik, film, dan foto. Dalam nada yang sama seperti platform seperti Instagram, Flickr, dan sebagainya, yang

memungkinkan pengguna untuk berbagi dan melihat foto dan bentuk materi lainnya.

5. Layanan kolaborasi

Platform jejaring sosial berikut menyediakan fitur yang kondusif untuk kerja tim. Sudah menjadi praktik umum bagi pengguna untuk menjangkau satu sama lain menggunakan alat kolaborasi ini untuk menginspirasi mereka agar memberikan kontribusi. Pengguna layanan kolaboratif ini tidak hanya didorong untuk berkontribusi, tetapi juga diberikan kemampuan untuk mengedit kontribusi "anggota" lainnya. Ensiklopedia online Wikipedia adalah salah satu contoh layanan kontribusi modern yang paling terkenal. Wikipedia adalah ensiklopedia multibahasa dengan konten terbuka, kolaboratif, yang dikembangkan dan dikelola oleh sistem sukarelawan terdistribusi. Wikimedia Foundation, sebuah lembaga nonprofit Amerika dengan kantor pusat di Florida, bertanggung jawab atas layanan donasi ini.

6. Layanan forum

Akhirnya, media sosial semacam ini dikenal karena gayanya yang dihormati waktu. Ada sejarah panjang dan keakraban luas dengan layanan forum seperti ini, jadi Anda bisa menyebutnya sebagai bagian dari media sosial. Pengguna dapat memanfaatkan layanan forum itu sendiri sebagai ruang diskusi untuk membicarakan berbagai topik

dengan anggota forum lainnya. Kaskus, Quora, dan masih banyak lagi adalah contoh layanan forum media sosial.

2.3.5 Manfaat Media Sosial

Untuk mendapatkan hasil maksimal dari media sosial, pastikan melakukan hal-hal seperti:

1. Sarana belajar, mendengarkan, dan menyampaikan

Beberapa situs media sosial paling populer saat ini dapat digunakan sebagai sumber pendidikan, mulai dari pemeriksaan fakta sederhana hingga penelitian mendalam tentang masalah komunitas topikal. Ini juga merupakan cara yang bagus untuk terhubung dengan orang yang mungkin tidak dikenal secara langsung tetapi dilakukan secara online dan sebaliknya.

2. Sarana dokumentasi, Administrasi, dan interigasi

Kedua, media sosial dapat membantu apa saja mulai dari dokumentasi dan manajemen hingga integrasi sistem. Anda dapat menyimpan semuanya mulai dari profil dan informasi pribadi hingga laporan, acara, rekaman, dan temuan penelitian di aplikasi jejaring sosial. Selain itu, media sosial dapat meningkatkan efisiensi bisnis dalam beberapa cara, termasuk berikut ini: pembuatan blog internal perusahaan; konsolidasi departemen yang dibungkam; penyebaran materi yang disesuaikan dengan audiens tertentu; dan peningkatan operasi secara

keseluruhan.

3. Sarana perencanaan, strategi, dan manajemen

Ketiga, media sosial mungkin berguna untuk menetapkan tujuan dan menerapkan strategi. Ketika ditangani oleh manajer dan pemasar berpengalaman, media sosial dapat menjadi alat yang ampuh untuk memulai strategi dan perencanaan. Promosi, retensi klien, riset pasar, pendidikan publik, dan pengumpulan data hanyalah beberapa alasan mengapa survei dilakukan.

4. Sarana kontrol, evaluasi, dan pengukuran

Sebagai keuntungan akhir, media sosial dapat digunakan untuk pemantauan dan analisis. Seluruh proses perencanaan dan strategi dapat diatur dan dievaluasi melalui penggunaan media sosial. Selain itu, media sosial dapat digunakan untuk mengkalibrasi dan mengevaluasi data reaksi pasar dan publik.

Manfaat jejaring sosial sangat banyak. Pengaruh media sosial menembus setiap aspek kehidupan modern. Semua yang Anda lakukan—apakah itu sekolah, pekerjaan, bermain, rekreasi, bisnis, relaksasi, atau periklanan—terikat dengan media sosial. Meskipun demikian, ada satu topik yang akan dibahas lebih detail, yaitu peran media sosial dalam kesuksesan bisnis online. Popularitas situs web atau blog dapat dipengaruhi oleh penggunaan media sosialnya. Informasi dan pemirsa dapat dihubungkan

melalui media sosial. Pentingnya media sosial dalam ekspansi perusahaan tidak dapat dilebih-lebihkan. Dalam tugas akhir ini, penulis akan membahas banyak manfaat dari media sosial, seperti:

1. Media sosial sebagai jurnalisme

Peluang beasiswa, lowongan pekerjaan, berita agama dan politik, kiat pengembangan pribadi, dan topik percakapan populer hanyalah beberapa hal yang kami pelajari berkat media sosial. Jurnalisme saat ini tidak mungkin dilakukan tanpa pengaruh media sosial. Semuanya, mulai dari surat kabar, majalah, dan tabloid terkemuka hingga platform e-paper dan media sosial mutakhir. Jurnalisme bergantung pada media sebagai platform untuk menyebarkan berita kepada publik. Sekarang lebih dari sebelumnya, ada berbagai pilihan yang tersedia di media. Prevalensi internet memberikan kepercayaan pada gagasan bahwa media (yaitu, media online) mungkin memiliki dampak positif pada banyak aspek masyarakat, termasuk jurnalisme. 64 aktivis oposisi Suriah telah memposting video yang menunjukkan mereka menyelamatkan balita dari puing-puing di Aleppo setelah serangan udara Rusia. Sebuah organisasi media oposisi di Aleppo Media Center menerbitkan sebuah video yang menunjukkan petugas medis membawa seorang anak muda yang berlumuran darah dan tertutup debu dari puing-puing bangunan yang rusak dan

menempatkannya di kursi di belakang ambulans yang menunggu. Omrann Daqnessh adalah nama pemuda yang berusia di bawah enam tahun ini. Omran mengalami cedera kepala akibat puing-puing yang jatuh dan membutuhkan perhatian medis. Delapan orang, termasuk lima anak-anak, tewas dalam serangan di Qaterji, dan dia berhasil melarikan diri. Angka PBB menunjukkan bahwa dalam krisis Suriah sejak 2011, setengah juta orang telah kehilangan nyawa mereka. Hampir semua dari mereka yang tewas adalah orang-orang yang tidak bersalah, dan sekitar setengah dari penduduk Suriah harus meninggalkan rumah mereka karena konflik. Acara ini diangkat oleh pers di seluruh dunia dan dilaporkan secara luas. Hal ini menunjukkan pentingnya media sosial dalam bidang jurnalistik, di mana masyarakat biasa tidak lagi hanya menjadi narasumber yang diwawancarai oleh wartawan, melainkan mampu melakukan berbagai tugas jurnalistik itu sendiri, seperti mengumpulkan informasi, melakukan wawancara, dan memproduksi konten visual. . Ketika berita tentang peristiwa ini menjadi viral di platform media sosial seperti Instagram, Facebook, dan Twitter, dengan cepat menyebar ke seluruh dunia dan ke outlet media arus utama.

“Pesaing” media massa di bidang jurnalistik antara lain kelaziman media sosial dan kekuatan khalayak (orang biasa) dalam

menciptakan informasi. Bagi mereka yang menggunakannya, platform media sosial telah berkembang menjadi lebih dari sekadar tempat untuk terhubung dengan teman dan keluarga; mereka juga merupakan sumber berita potensial yang dapat bersaing dengan media tradisional. Definisi singkat dari user-generated content (UGC) di media sosial adalah apa saja yang:

1. Diakses melalui internet;
2. Berasal dari individu;
3. Dilakukan atau dilakukan oleh ahli yang terlatih

Sebuah istilah yang digunakan dalam dunia jurnalisme, "Crowdourching," diciptakan sebagai hasil dari konten yang dibuat pengguna. Ini mencontohkan evolusi informasi yang sedang berlangsung melalui kontribusi pengguna media sosial lainnya. Kecerdasan pengguna media sosial sangat penting untuk keberhasilan upaya crowdsourcing ini. Informasi pendek yang diunggah di media sosial seperti Facebook, misalnya, akan berkembang dan dilengkapi dengan kontribusi pengguna lain. Mengingat sifat basis data media sosial yang persisten, data pengguna akan selalu tersedia untuk mereka, di mana pun mereka berada.

Pengaruh media sosial pada industri berita dapat dijelaskan sebagian

oleh volume basis penggunaannya, yang mengerdilkan outlet media tradisional. Pengguna di media sosial tidak dibatasi oleh jejaring sosial yang mereka ikuti seperti halnya pemirsa atau pengguna media massa dalam hal berlangganan atau liputan siaran berdasarkan batas geografis. Saat ini, orang tidak hanya menggunakan media sosial untuk bertemu orang baru untuk bergaul; mereka juga menggunakannya untuk melaporkan berita terkini dan peristiwa terkini.

Proliferasi akun media sosial meningkatkan potensi informasi untuk menjadi mendunia. Beragamnya platform media sosial memungkinkan penyebaran informasi dalam berbagai format, termasuk teks, audio, video, dan audio visual. Informasi yang dirilis dalam pengaturan tertentu dianggap cukup andal untuk disebarluaskan kembali melalui media yang mencari keuntungan. Penyiar media massa di Indonesia kerap memanfaatkan cuplikan yang dibagikan di media sosial sebagai bahan berita, seperti terlihat pada acara On the Spot yang ditayangkan di Trans 7.

2. Media sosial sebagai branding dan marketing

Branding, dalam arti luasnya, adalah keseluruhan upaya komunikasi perusahaan yang diarahkan untuk membuat merek atau merek yang dijualnya terkenal dan layak dipertimbangkan di mata pembeli saat ini

dan masa depan. Mengingat tren terkini, branding saat ini terjadi pada level individu, atau yang sering disebut dengan branding.

Konsumen lebih cenderung mengidentifikasi produk yang diiklankan di media sosial karena jumlah orang yang menggunakan platform ini berkembang pesat dan penggunaannya tidak dibatasi dengan cara apapun oleh faktor-faktor seperti usia, lokasi, waktu, dll. mengkaji peran media sosial dalam pemasaran modern baik dari perspektif pengiklan maupun pengguna media sosial. Keragaman konten adalah salah satu daya tarik utama media sosial bagi pemasar. Media produksi untuk iklan tidak terbatas hanya pada kata-kata tertulis; mereka juga dapat mengambil bentuk audio, video, dan bahkan hibrida dari keduanya. Membuat iklan melalui media massa dapat menghabiskan biaya jutaan bahkan ratusan juta untuk iklan, sedangkan pemanfaatan media sosial tidak, baik dari segi waktu maupun jumlah orang yang melihat iklan, sehingga mengurangi biaya produksi dan jangkauan yang lebih luas. Dengan munculnya media sosial, bisnis kini memiliki pilihan untuk mengalihkan strategi pemasaran mereka dari bentuk tradisional iklan berbayar dan menuju bentuk pemasaran yang lebih eksperimental yang berfokus pada pengalaman pengguna dengan biaya lebih rendah. Periklanan telah direvolusi oleh karakteristik media sosial dan cara konsumen memanfaatkan media

sosial untuk mengomunikasikan realitas offline mereka secara online. Apakah mereka mau atau tidak, pengguna memberikan umpan balik tentang pengalaman mereka dengan produk atau layanan. Sejumlah laporan menyoroti nilai media sosial sebagai platform untuk wacana publik tentang suatu topik. Oleh karena itu, tidak mengherankan jika orang yang memanfaatkan media sosial juga merupakan promotor produk potensial, sebuah fenomena yang dikenal sebagai *Consumer Generated Media (CGM)*.

Contoh metode GCM adalah:

- a. *Consumer Generated Multimedia (GCM2)* adalah semacam pelanggan yang berbagi pemikiran dan perasaan mereka tentang produk atau layanan melalui video, audio, atau format gabungan. Penekanan CGM2 adalah pada pengalaman pengguna, yang sangat berbeda dari tujuan periklanan warga, yaitu untuk membujuk atau secara lisan meminta pelanggan untuk menggunakan produk atau layanan.
- b. *Consumer-solicited Media (CSM)* adalah semacam pelanggan yang didorong untuk berbagi pemikiran mereka tentang suatu produk atau layanan melalui saluran resmi. Contoh-contoh ini menunjukkan bahwa pelanggan secara aktif berpartisipasi dalam periklanan tanpa diberi kompensasi atas waktu mereka.

- c. *Incentived Consumer-Generated Media* (ICGM). Dalam format ini, pelanggan dihargai karena berbagi konten tentang merek di media sosial baik berupa uang atau barang curian gratis.
- d. *Consumer-Fortified Media* (CFM) merupakan orang yang bertindak sebagai distributor atau konsumen material yang bersyarat. Konsumen yang juga aktif di platform media sosial seperti Facebook dan Twitter memperdebatkan materi-materi semacam ini.
- e. *Compesated Consumer-Generated Media*. Terakhir, kategori ini menjelaskan cara blogger dan pembuat konten media sosial lainnya diberi kompensasi oleh bisnis. Berbeda dengan strategi pemasaran jadul yang masih mengandalkan ide periklanan satu arah, periklanan modern (pemasaran) bersifat dua arah dan saling menguntungkan. Dalam konsepsi ini, pengguna (pelanggan) tidak terlibat secara aktif dalam proses tersebut, melainkan hanya berfungsi sebagai objek pasif yang terpapar konten promosi. Konsumen kini dapat berkomentar, memuji, bahkan mengkritik produk yang telah mereka beli karena ketersediaan media sosial. Sifat dinamis pengguna media sosial berasal dari fakta bahwa siapa pun dapat berbagi pemikiran, kritik, pendapat, dan fakta dengan komunitas

lainnya. Selain itu, karena membentuk hubungan dengan orang lain adalah inti dari media sosial, pengguna pada dasarnya menciptakan persona online dan memperluas lingkaran sosial mereka.

3. Media sosial sebagai *Public Relation* (Hubungan Masyarakat)

Sebagai hasil dari adopsi sistem ini secara luas, banyak bisnis terpaksa mengubah cara mereka berinteraksi dengan pelanggan dan karyawan mereka. Ini menjadi padat secara online, dan karena semakin banyak orang menggunakan situs jejaring sosial seperti Facebook dan forum diskusi online, bisnis perlu menemukan metode yang lebih baik untuk menyampaikan pesan mereka kepada pelanggan. Menggunakan media sosial untuk hubungan masyarakat memungkinkan tanggapan langsung dari khalayak sasaran. Industri hubungan masyarakat memperoleh keuntungan besar dari penggunaan platform media sosial seperti Facebook dan Twitter. Kegiatan kehumasan yang sebelumnya diberikan sebagai sarana untuk berhubungan kembali dengan media sosial online sudah tidak ada lagi. Mereka mungkin memiliki lebih banyak interaksi pribadi dengan pelanggan melalui media sosial seperti Facebook dan Twitter. Selain itu, sangat penting bagi praktisi untuk memiliki pemahaman yang kuat tentang fitur-fitur yang menentukan media.

Munculnya media sosial tidak diragukan lagi telah mengubah mode komunikasi tradisional, seperti saluran interaksi top-down, bottom-up, dan horizontal. Komunikasi dalam skala besar. Mereka telah melewati perantara dan langsung ke publik dengan pola mereka yang lebih realistis.

Tujuan hubungan masyarakat (PR) harus mendorong jalur komunikasi yang terbuka dan saling pengertian antara perusahaan dan audiens targetnya. Harus ada berbagai materi atau strategi hubungan masyarakat untuk menarik semua orang. Untuk menjangkau audiens mereka, para profesional di masa pra-Internet sering mengirimkan surat berlangganan yang mahal ke rumah klien mereka, bersama dengan produk seperti pamflet dan selebaran. Metode manajemen hubungan masyarakat saat ini telah berkembang sebagai tanggapan terhadap munculnya platform dan teknologi online baru. Pemirsa yang bervariasi dapat dijangkau melalui internet dan teknologi media sosial yang terkait. Tujuan publik online seseorang lebih mungkin realistis dan dapat dicapai jika lebih detail dan terfokus. Perusahaan hubungan masyarakat dapat mempekerjakan influencer media sosial sebagai juru bicara untuk berbagai tujuan, termasuk manajemen komunikasi krisis dan upaya lobi.

4. Media Sosial sebagai Tempat informasi dan Silaturahmi

Alat komunikasi online seperti pesan instan, peringatan berita, dan undangan tersedia untuk semua orang melalui media sosial dan jaringan. Media sosial membuat komunikasi lebih mudah daripada mengirim pesan teks atau menelepon, bahkan bagi orang yang sudah akrab dengan media tersebut.

Melalui media sosial, kita dapat terhubung dengan individu dari seluruh dunia dan membentuk komunitas berdasarkan minat dan ide bersama tanpa harus keluar rumah. Peluang beasiswa, lowongan pekerjaan, berita agama dan politik, tips pengembangan pribadi, dan topik pembicaraan populer hanyalah beberapa hal yang dapat dipelajari melalui media sosial. Akun Twitter Badan Meteorologi, Klimatologi, dan Geofisika (BMKG) Indonesia menjadi salah satu sumber berita cepat tentang bencana alam seperti gempa bumi. Spesialis tersedia untuk berbagi pengetahuan mereka melalui media sosial. Anda dapat terhubung dengan orang baru, menjaga hubungan dengan kenalan yang sudah ada, dan menjalin pertemanan baru meskipun ada jarak fisik melalui penggunaan media sosial. Teman-teman yang telah kehilangan kontak di masa lalu mungkin terhubung kembali melalui media sosial. Beberapa orang bahkan mungkin tidak mengenal satu sama lain di dunia nyata, tetapi setelah berkorespondensi secara online, mereka mungkin merasa seolah-

olah sudah saling mengenal ketika akhirnya bertemu secara langsung. Semua anggota masyarakat global sekarang memiliki pilihan yang sama berkat media sosial. Munculnya jejaring sosial telah membuat kerja tim global menjadi kenyataan, tidak dibatasi oleh jarak fisik atau zona waktu. Masyarakat modern mengandalkan media sosial sebagai alat komunikasi.

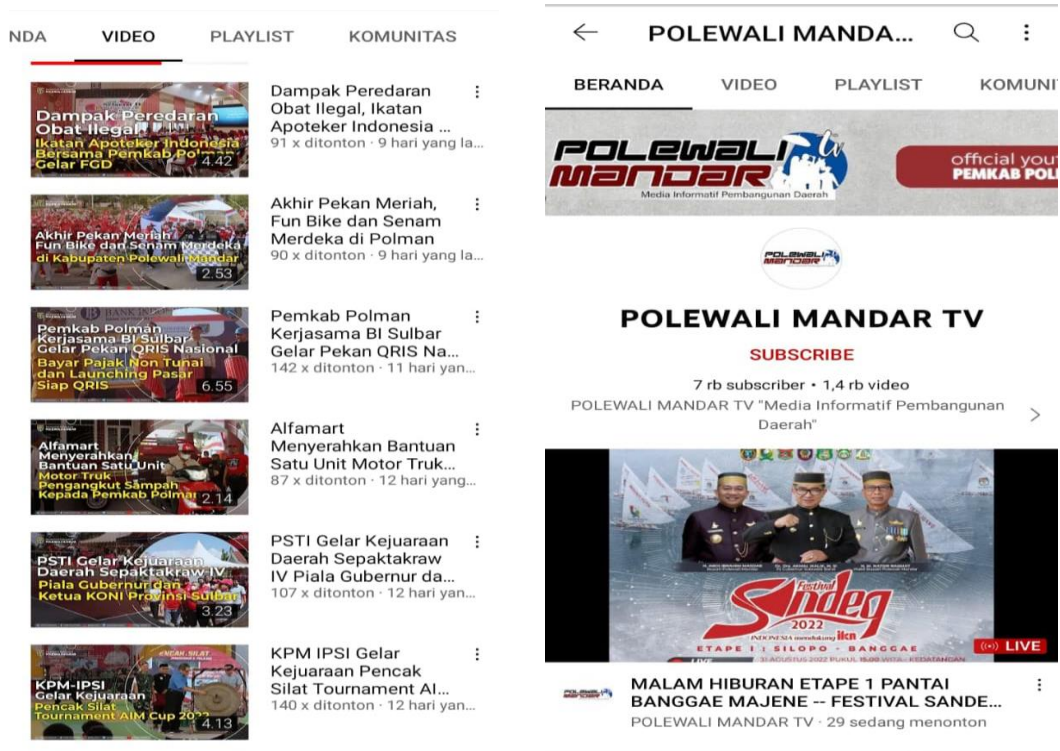
2.4 YouTube

2.4.1 Pengertian Youtube

Dimungkinkan untuk mengunggah video untuk dilihat, diunduh, dan didiskusikan orang lain di Youtube. YouTube adalah platform yang ideal untuk menyebarkan berbagai macam konten video, termasuk tetapi tidak terbatas pada: video pendek, berita, tutorial, vlog, film pendek, trailer film, musik, pendidikan, animasi, hiburan, TV, dan banyak lagi. Ragam di YouTube semakin meningkat seiring dengan banyaknya orang yang menggunakan smartphone dan internet.

Sebagian besar video di YouTube diposting oleh pengguna, atau "produsen konten" demi artikel ini. Pembuat materi ini tidak lagi beroperasi sendiri, melainkan mulai bersatu menjadi tim untuk mempercepat fase revisi dan penyetelan ulang di antara setiap konten baru. Organisasi dan lembaga, antara lain CNN, CNBC, TRANSTV, KOMPAS, dan lain-lain, juga sudah mulai mengunggah video ke Channel YouTube.

Keuntungan dalam menggunakan chanel youtube sebagai media untuk menyebarkan informasi yaitu informasi cepat sampai pada publik. Pada chanel youtube program polewali mandar juga membagikan video atau konten-konten secara publik. Tetapi sebelumnya konten atau berita yang akan di share kepada publik itu di proses terlebih dahulu, dari mulai proses agenda perencanaan pengambilan berita kemudian penyusunan kemudian pengeditan sampai berita tersebut layak untuk di bagikan kepada publik.



Gambar diatas merupakan beberapa dari sekian banyak video kegiatan yang di produksi dari siaran chanel youtube polewali mandar tv. Dapat kita lihat diatas bahwa jumlah subscriber pada chanel youtube polewali mandar tv

itu ada 7 ribu subscriber dan jumlah keseluruhan video pada chanel youtube polewali mandar tv itu berjumlah 1,4 ribu video.

2.5 Manajemen pengelolaan youtube

2.5.1 Manajemen pengelolaan youtube

Jika Anda ingin saluran YouTube Anda mengunggah video berkualitas tinggi secara konsisten, Anda harus mengatur administrasi Anda. Bagaimana keputusan dibuat untuk memaksimalkan efisiensi, efektivitas, dan pencapaian tujuan produksi video. Manajemen adalah tindakan sistematis dan efisien membangun dan memelihara lingkungan di mana kelompok atau organisasi dapat merencanakan, mengatur, mengkoordinasikan, dan mengendalikan sumber dayanya untuk mencapai tujuannya. Ide cerita, konsep produksi, rencana kasar, rencana anggaran, rundown, catatan sutradara pada film, deskripsi kamera tentang ke mana dan bagaimana bergerak, skrip, sketsa, gambar, ide cerita visual dalam bentuk storyboard animatic, pemilihan audio dan pemain, dan seterusnya adalah bagian dari fase Pra Produksi untuk membuat video berkualitas tinggi. Produksi mencakup sejumlah langkah, termasuk lagu intro dan bumper. Ada beberapa langkah yang terlibat dalam pasca-produksi, termasuk menyusun dan mengedit, merender, dan memutuskan codec komposisi video.

Youtube memiliki perpustakaan video yang sangat besar yang mencakup berbagai genre. Dengan tagline menarik "Broadcast Yourself," media sosial

telah menjadi perlengkapan dalam kehidupan sehari-hari orang-orang sehingga sebagian besar menggantikan televisi sebagai sumber berita dan hiburan. Ini memiliki berbagai kategori konten. Komunitas game hanyalah satu dari sekian banyak yang menikmati hiburan semacam ini. Selain semakin banyaknya fandom anime, ketersediaan game online juga menarik perhatian para gamer dari segala usia dan latar belakang.

2.5.2 Manfaat Youtube

Banyak keuntungan YouTube:

1. Youtube memberikan layanan yang tersedia bagi siapa saja tanpa biaya atau hambatan masuk. Ini menyiratkan bahwa informasi dapat diperoleh dari sumber mana pun.
2. Youtube dukungan untuk mengunduh beberapa video sekaligus, sehingga pengguna dapat menyimpan banyak salinan film yang diunduh di penyimpanan lokal mereka.
3. Perlu mendapatkan data tertentu untuk melanjutkan tugas. Sebagai contoh, seseorang dapat memasuki teknik pengelolaan sampah yang efektif dengan mengembangkan berbagai kemampuan yang relevan.
4. Youtube streaming video langsung dan sesuai permintaan, memudahkan lebih banyak orang untuk memanfaatkan YouTube.
5. Youtube akan memungkinkan kami untuk menjangkau audiens yang lebih luas dengan lini produk kami saat ini.

6. Tonton klip instruksional secara online. Penyedia pengetahuan dapat menunjuk ke YouTube sebagai titik referensi karena situs memungkinkan pengguna untuk melihat hampir semua topik yang bisa dibayangkan.
7. Youtube memfasilitasi penemuan reaksi pemirsa terhadap video yang dikirimkan dengan menyertakan suka dan komentar (Fatty Faiqah, 2016).
8. Youtube sebagai sumber hiburan karena fakta bahwa YouTube memiliki perpustakaan video yang besar yang dapat diakses dengan cepat berdasarkan preferensi pengguna.

2.6 Tinjauan empirik

Adapun penjelasan dari penelitian sebelumnya dalam penelitian ini adalah sebagaimana hasil penelitian yang dilakukan dibawah ini, yakni oleh:

Table 1

No	Nama Peneliti	Judul Penelitian	Metode yang digunakan	Hasil Penelitian	Perbedaan dan Persamaan
1.	Ina Salmah Febriani	Analisis Deskriptif Manajemen Redaksi Pada Republika Online	Kualitatif	Dalam perkembangannya, <i>Republika online</i> telah menerapkan delapan fungsi manajemen tersebut, meski ada beberapa hal yang belum teraplikasi secara maksimal. Pada perencanaannya, tim redaksi <i>Republika online</i> mengadakan Rapat formil hanya sebulan dua kali.	Persamaan antara penelitian ini dengan penelitian karya Farahdilla Puspa (2019) sama-sama menggunakan metode deskriptif kualitatif. Pada penelitian terdahulu itu, pada proses pengeksistensiannya itu melalui media repulika online. Sedangkan pada penelitian ini mrnggunakan konten youtube.

					Persamaannya yaitu sama-sama menggunakan metode kualitatif.
2.	Franciscus Assisi Sandy M	Manajemen Media Online	Kualitatif	Manajemen redaksi yang serba virtual menuntut adanya sistem yang harus bisa bekerja seefisien dan seprektis mungkin.	Dalam persamaan penelitian ini. Ada perbedaan teoretis antara penelitian ini dan penelitian Franciscus Assisi dan Sandy M. Franciscus Assisi Penelitian Sandy M. (2014) menetapkan bahwa media online adalah subjek penelitian dengan memeriksa manajemen editorialnya, yang mengharuskan penyebaran berita secara cepat ke masyarakat.
3.	Farahdilla Puspa	Analisis Manajemen Redaksi Media Online Bulutangkis di Indonesia	Kualitatif	Hasil dari penelitian ini adalah kedua media online yaitu badmintontalk dan bulutangkis.com sama-sama melakukan tahapan redaksi yaitu tahap perencanaan, pengorganisasian, pengarahan, dan terakhir yaitu pengawasan dalam memproduksi konten. Selain itu kedua media online dalam pemberitaannya lebih menonjolkan berita olahraga tentang analisa performa atlet dan dalam tahap pelaksanaannya	Sementara itu, fokus penelitian ini berbeda dengan penelitian Farahdilla Puspa (2019). Sementara studi Farahdilla Puspa 2019 berfokus pada peran media sosial dalam manajemen editorial, tujuan dari penyelidikan saat ini adalah untuk mempelajari lebih lanjut tentang bagaimana sistem manajemen konten YouTube memengaruhi acara televisi polewali mandar.

1. Ina Salmah Febriani, mahasiswa Jurusan Komunikasi dan Penyiaran

Islam Fakultas Dakwah dan Ilmu Komunikasi Universitas Islam Negeri Syarif Hidayatullah Jakarta, Indonesia, melakukan penelitian dengan judul kerja "Analisis Deskriptif Manajemen Redaksi di Republika Online " pada tahun 2010. Artikel ini bertujuan untuk mengeksplorasi bagaimana Republika, sebuah media massa Islam di Indonesia, telah mempertahankan relevansinya dengan meluncurkan edisi online yang tersedia di www.republika.co.id (Republika Online). Karena kemajuan teknis dan informasi akan terus berlanjut, tindakan terbaik adalah memanfaatkannya sebaik mungkin saat tersedia. Adanya Republika edisi online untuk secara mandiri menjalankan tugas-tugas manajemen redaksional menopang Republika sebagai platform untuk membuat pilihan untuk melanjutkan industri media di Indonesia (Febriani, 2010: 4).

2. Manajemen Media Online: Studi Kasus Manajemen Redaksi Goal Indonesia (<http://www.goal.com/id/>) sebagai Portal Berita Sepak Bola Berbasis Manajemen Virtual. Penelitian ini dimotori oleh Franciscus Assisi Sandy M, Mahasiswa Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Gadjah Mada (2014). Pendekatan studi kasus digunakan dalam analisis ini. Melalui lensa kualitatif, teknik ini memperhitungkan berbagai faktor yang berkaitan dengan institusi yang berfungsi sebagai unit studi. Peneliti dapat membidik suatu fenomena tertentu, dalam

contoh ini, cara media elektronik (Goal Indonesia) mengelola medianya melalui internet, dengan menggunakan pisau analisis kasus. Setelah itu, penyelidikan ini akan memberikan temuan deskriptif dengan tujuan memunculkan perspektif baru tentang masalah yang mendasarinya. Analisis dalam studi manajemen editorial ini berfokus pada komunikator. Studi ini menyimpulkan bahwa metode yang efisien dan efektif diperlukan untuk manajemen editorial virtual. Informasi yang digunakan dalam penelitian ini berasal dari dua sumber: pertama, data primer yang dikumpulkan di lapangan melalui wawancara dengan nara sumber dan observasi langsung terhadap objek penelitian; dan kedua, data sekunder yang dikumpulkan dari literatur tambahan dan terkait. Informasi awal. Secara khusus, informasi dikumpulkan melalui observasi, wawancara, dan catatan. Penelitian ini dapat dibandingkan dengan penelitian Franciscus Assisi Sandy M (2014) yang sama-sama meneliti manajemen redaksional dari jenis media tertentu—dalam hal ini media internet—dengan mempertimbangkan tekanan waktu yang terkait dengan penyampaian berita ke publik. dengan cepat. Sementara itu, teori yang digunakan adalah titik kunci pembeda antara penelitian ini dan penelitian Franciscus Assisi Sandy M. Franciscus Assisi Sandy M. (2014) tentang manajemen editorial online menggunakan pendekatan studi kasus, sedangkan penyelidikan saat

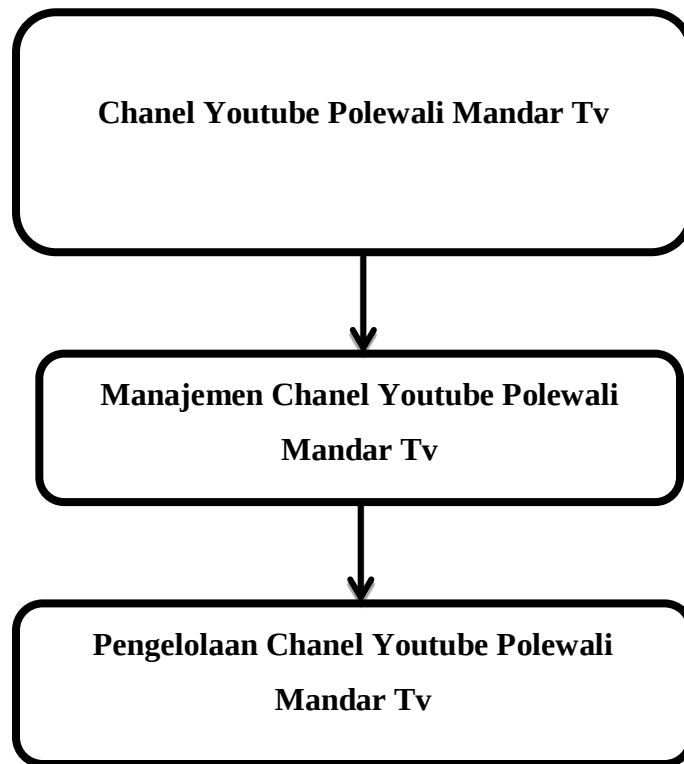
ini, didasarkan pada teori fungsionalisme, menjelaskan prosedur manajemen redaksi melalui rapat redaksi.

3. Penelitian yang dilakukan oleh Farahdilla Puspa (2019) mahasiswi Universitas Islam Indonesia, dengan judul “Analisis Manajemen Redaksi Media Online Bulutangkis di Indonesia (Studi Deskriptif di @badmintontalk dan www.bulutangkis.com)”. Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mempelajari lebih lanjut tentang praktik manajemen editorial media sosial badmintontalk dalam konten, serta badminton.com dalam hal administrasi halaman berita dan forum diskusi online. Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif deskriptif, pengumpulan informasi melalui observasi partisipan, wawancara mendalam, dan dokumentasi. Penelitian ini menemukan bahwa baik badmintontalk dan badminton.com, dua media online, menggunakan proses editorial dalam produksi konten mereka. Proses ini meliputi perencanaan, pengorganisasian, pengarahan, dan pengawasan. Dan kedua situs web menyediakan artikel tentang olahraga yang menganalisis kinerja atlet dan bagaimana analisis tersebut dipraktikkan. Salah satu cara untuk membandingkan penelitian ini dengan Farahdilla Puspa (2019) adalah keduanya menggunakan pendekatan kualitatif deskriptif. Sementara itu, fokus penelitian ini berbeda dengan penelitian Farahdilla Puspa (2019). Tujuan dari

penelitian ini adalah untuk membandingkan dan membedakan aktivitas manajemen redaksional yang dilakukan media sosial badmintontalk di konten dan badminton.com dalam mengelola halaman berita. dan forum diskusi online dengan sistem manajemen konten YouTube di acara tv polewali mandar.

2.7 Kerangka Pikir

Berdasarkan masalah dan gagasan yang diuraikan di atas, peneliti mengembangkan kerangka teori tentang bagaimana administrasi saluran youtube program polewali mandar tv dapat menghasilkan berita yang instruktif dan menarik untuk disebarluaskan melalui saluran. Dengan begitu masyarakat lebih mudah untuk mengetahui berita-berita seputar polewali mandar karena sebagian besar masyarakat sudah menggunakan android yang dapat mengakses internet pada aplikasi youtube sehingga memudahkan masyarakat untuk mengetahui berbagai macam berita seputar polewali mandar. Rencana tersebut akan mencakup strategi menyeluruh untuk melakukan penelitian. Komunitas riset sangat bergantung pada kerangka kerja ini untuk sepenuhnya memahami subjek atau mendorong penelitian tambahan. Berikut kerangka pikir yang digambarkan penulis sebagai berikut:



2.8 Defenisi Operasional

Chanel youtube polewali mandar tv dalam penelitian ini adalah suatu media yang dijadikan sebagai wadah para wartawan/jurnalis untuk mempublikasikan berita, menyalurkan informasi yang sangat dibutuhkan masyarakat untuk memenuhi kebutuhan pengetahuan mereka terkait perkembangan yang ada di daerah mereka, melalui konten-konten/video berita atau acara yang telah di produksi oleh para tim kreatif youtube polewali mandar tv. Media dalam masyarakat saat ini membuatnya mudah untuk membantu seseorang yang membutuhkan, memungkinkan penyelesaian situasi apa pun dengan cepat dan sederhana. Dalam upaya mencapai tujuan

pada pengelolaan manajemen chanel youtube polewali mandar tv yang diukur melalui beberapa indikator yakni:

1. Chanel youtube polewali mandar tv yaitu chanel dengan nama polewali mandar tv, dan memiliki 7rb subscriber
2. Manajemen chanel youtube polewali mandar tv manajemen pengelolaan chanel youtube serta proses rencana dan membuat produksi, saya mendapatkan bahwa sistem manajemen pengelolaan chanel youtube pada dinas kominfo polewali mandar tv itu sangat baik dan terstruktur sesuai dengan standar operasional prosedur (SOP) dalam pembuatan video berita kegiatan pemerintah.
3. Pengelolaan chanel youtube polewali mandar tv itu di kelola dengan sangat professional, Karena mulai dari proses agenda pengambilan data atau berita dari lapangan sampai pada proses akhir itu melalui beberapa tahap. Pada alur produksi, itu dimulai dari agenda, peliputan, kemudian penugasan, akses peliputan di lapangan, kemudian wawancara dengan narasumber dengan tujuan untuk mengambil data, kelengkapan video, foto. Setelah itu kemudian data yang didapatkan dilaporkan langsung ke teman-teman narasi untuk di susun.

BAB III

METODE PENELITIAN

3.1 Rancangan Penelitian

Rancangan penelitian yang dilakukan oleh peneliti adalah metode penelitian deskriptif kualitatif yakni, data yang diperoleh seperti hasil pengamatan, wawancara, pemotretan, dan catatan lapangan disusun peneliti (tidak dituangkan dalam bentuk angka/spss). Peneliti melakukan analisis data dengan mengumpulkan informasi, merelasikan, membandingkan, menemukan konsep dasar aslinya (tidak diproses dalam bentuk angka/spss).

Informasi dikumpulkan melalui wawancara mendalam dan observasi, kemudian disajikan dalam format deskriptif untuk kemudahan pemahaman. Foto-foto, catatan tertulis, dan rekaman audio dari wawancara dan observasi semuanya berkontribusi pada data yang diperlukan untuk mengklarifikasi dan menguatkan temuan (Moleong, 2016:4).

Hasil analisis data berupa penjelasan mengenai situasi objektif yang diteliti yang disajikan dalam bentuk naratif. Hakikat pemaparan umumnya menjelaskan pertanyaan dan fenomena yang terjadi. Untuk itu, peneliti dituntut memahami dan menguasai bidang ilmu yang ditelitinya sehingga dapat memberikan justifikasi mengenai konsep dan makna yang terkandung pada apa yang ditemukan.

Dari apa yang dijelaskan diatas dapat tersimpul bahwa, penelitian kualitatif tidak dimulai dari teori yang dipersiapkan sebelumnya melainkan dimulai dari lapangan berdasarkan lingkungan natural yang terekonstruksi secara alamiah. Terdapat beberapa ciri dalam metode penelitian deskriptif, sebagai berikut:

1. Benar atau salah dalam dikaji tidak dipersoalkan.
2. Berfokus pada problem kontekstual saat penelian dilakukan.
3. Secara umum tidak diarahkan untuk menguji hipotesis. Dalam metode penelitian perspektif, hal tersebut berlaku sebaliknya.

Arikunto menjelaskan, penelitian deskriptif tidak dimaksudkan untuk menguji suatu hipotesis tertentu, tetapi hanya menggambarkan apa adanya tentang suatu variable, gejala atau keadaan.

Alasan dipilihnya metode penelitian kualitatif karena dalam penelitian kualitatif, peneliti dapat mengamati secara langsung, berinteraksi, dan berusaha memahami bagaimana Pemanfaatan Ruang Pelayanan Publik Pada Program Polewali Mandar TV sebagai Media Informasi Pembangunan Daerah. Penelitian kualitatif juga menuntut peneliti untuk turun langsung kelapangan dalam waktu lama, hal ini bertujuan agar mengetahui lebih dalam tentang masalah yang sedang diteliti.

3.2 Kehadiran Peneliti

Pada penelitian ini, peneliti adalah pengumpul data, peneliti akan secara aktif berada di lokasi penelitian sebagai pengamat, untuk tahu kebenaran data yang ditemukan di lapangan. Informan atau subjek harus mengetahui kehadiran peneliti karena peneliti yang akan melakukan observasi dan wawancara secara langsung kepada informan atau subjek yang memberikan keterangan informasi (Moleong, 2016:9).

3.3 Lokasi Penelitian

Lokasi penelitian dilakukan tepatnya di Jl. Gatot Subroto, Darma, Polewali, Kabupaten Polewali Mandar, Sulawesi barat 91311.

3.4 Waktu Penelitian

Penelitian ini dilakukan selama satu bulan, dan berlangsung setelah seminar proposal.

3.5 Sumber Data

Sumber data merupakan subjek atau informan terpilih yang sedianya memberikan informasi yang sesuai dengan data yang dibutuhkan. Dengan melakukan wawancara pada subjek atau informan diharapkan melengkapi data yang dibutuhkan peneliti.

Adapun sumber data yang akan diwawancarai oleh peneliti ialah Ibu Rahmawati (Tim redaksi selaku jurnalis) yakni subjek atau informan yang dipilih dan diyakini paling mengetahui objek yang sedang diteliti.

3.6 Teknik Pengumpulan Data

Dalam penelitian ini, peneliti menggunakan metode pengumpulan data sebagai berikut:

1. Data Primer

Semua informasi yang diperoleh dalam penelitian ini diterima oleh peneliti langsung dari informan; tidak ada pihak ketiga yang digunakan. Oleh karena itu, data dikumpulkan melalui wawancara dengan informan yang telah ditentukan di masing-masing kategori dan dengan observasi langsung di lapangan.

a) Observasi

Mengumpulkan dan mendokumentasikan data secara metodis tentang peristiwa yang sedang dipelajari di lapangan. Observasi sebagai metode pengumpulan informasi terjadi secara alami. Dengan demikian, pengamat penelitian ini pergi ke lokasi penelitian yang sebenarnya, yaitu di Jl. Gatot Subroto, Darma, Polewali, Kabupaten Polewali Mandar, Sulawesi barat 91311.

b) Wawancara Mendalam

Wawancara mendalam adalah metode pengumpulan informasi dari

sumber dengan mengajukan pertanyaan mendalam. Teknik ini memungkinkan peneliti untuk mengajukan pertanyaan kepada informan secara lebih mendalam dan mempelajari jawaban mereka dalam waktu yang lebih singkat. Para ahli suka melakukan wawancara satu lawan satu dengan pemangku kepentingan utama dan Menteri Komunikasi dan Informatika. Para ahli dalam pengoperasian saluran youtube polewali mandar tv dicari untuk informan penelitian ini. dan memiliki wawasan yang berkaitan dengan topik yang diteliti.

2. Data Sekunder

Data sekunder adalah jenis data yang disimpulkan yang dapat melengkapi data primer dan membuat penelitian lebih kuat. Dokumen dan penelitian kepustakaan merupakan sumber sekunder. Dokumentasi informan pribadi meliputi wawancara, catatan, dan catatan tertulis lainnya. Untuk melakukan tinjauan pustaka, peneliti mengumpulkan data dari berbagai media cetak dan digital, seperti buku, jurnal, skripsi, dan artikel berita online. Landasan konseptual yang diberikan oleh tinjauan pustaka ini sangat penting untuk penyajian pemahaman penulis tentang subjek yang dipertanyakan, baik dalam teori maupun dalam praktik.

3.7 Analisis Data

Berikut prosedur yang diuraikan dalam (Moleong, 2016) oleh peneliti yang menggunakan metode analisis data Seiddel:

1. Data lapangan dicatat dan diberi kode sehingga sumber aslinya dapat diidentifikasi jika perlu.
2. Metode pengumpulan data, organisasi, klasifikasi, sintesis, ringkasan, dan pengindeksan.
3. Menggunakan otak Anda untuk memberi kategori data beberapa konteks, mengidentifikasi tema yang berulang, dan menarik kesimpulan luas.

Lebih lanjut, langkah-langkah analisis data kualitatif adalah sebagai berikut, sebagaimana diuraikan oleh Janice McDurry (Collaborative Group Analysys of Data, 1999) dalam (Moleong, 2016:249).

1. Menganalisis informasi dengan membacanya dan membuat catatan tentang frasa dan konsep penting.
2. Mencari pola dalam data dengan menganalisis istilah yang paling sering digunakan.
3. Menuliskan 'model' yang ditemukan.
4. Koding selesai.

Beberapa mengusulkan metode, sementara yang lain merinci elemen-elemen yang harus dimasukkan dalam analisis data yang terhormat, seperti

yang ditunjukkan oleh kriteria ini.

3.8 Pengecekan Validitas Data

Setiap penelitian harus dapat dipercaya agar dapat diterima sebagai sah. Ketika penelitian kualitatif mencapai tujuannya untuk menggali secara mendalam berbagai masalah, dan tujuan tersebut diselidiki dengan memuaskan, penelitian tersebut dapat dipercaya sebagai kredibel. Triangulasi digunakan dalam penyelidikan ini. Istilah "triangulasi" mengacu pada praktik memverifikasi data secara independen dari tiga atau lebih sumber yang berbeda dan berbeda waktu.

Dalam contoh ini, data berasal dari berbagai tempat, yang semuanya diperiksa dengan tangan untuk memastikan keakuratannya. Istilah "banyak prosedur" mengacu pada praktik menggunakan berbagai metode secara bersamaan untuk menentukan apakah data tersebut dapat diandalkan atau tidak. Memeriksa dalam kelipatan melibatkan melakukan wawancara, melakukan pengamatan, atau menggunakan beberapa metode verifikasi lain selama berbagai periode waktu dan konteks. Pendekatan triangulasi sumber dan metode diterapkan untuk penelitian ini. Dengan kata lain, Moleong (2016:174) Untuk menggambarkan metode triangulasi sumber, kita akan membandingkan data dari wawancara, observasi, dan catatan tertulis. Ini memastikan keaslian dan kredibilitas data yang dikumpulkan.

1. Tahap-tahap Penelitian

Ada tiga fase yang berbeda untuk penelitian ini: penyelidikan awal, penelitian utama, dan analisis dan interpretasi.

a) Tahap pra penelitian

Sebelum seorang peneliti menginjakkan kaki di lokasi penelitian, ada sejumlah kegiatan persiapan yang harus mereka lakukan, yang kami sebut "Tahap Pra-Penelitian".

1. Menyusun rancangan penelitian
2. Konsultasi rancangan penelitian
3. Memilih dan menghubungi lokasi penelitian
4. Menentukan sumber data (informan)
5. Menjajaki dan menilai keadaan lapangan
6. Seminar proposal penelitian
7. Persiapan diri

Peneliti pada saat ini akan menyelesaikan semua persiapan yang diperlukan untuk penelitian, termasuk pengembangan rencana penelitian dan perumusan pertanyaan wawancara.

b) Tahap Penelitian

Sekarang dimungkinkan bagi peneliti untuk melakukan wawancara langsung atau telepon dan/atau mengamati populasi sasaran. Makalah sains membutuhkan data yang dikumpulkan peneliti. Hal ini dilakukan untuk mengumpulkan semua informasi yang relevan untuk penelitian.

Langkah selanjutnya adalah mengumpulkan semua informasi yang dikumpulkan dan dievaluasi untuk dianalisis.

c) Tahap analisis data

1. Analisis data
2. Penafsiran data
3. Pengecekan keabsahan data
4. Memberi makna
5. Evaluasi data
6. Kesimpulan dan verifikasi

d) Tahap penulisan laporan

1. Penyusunan hasil penelitian
2. Konsultasi hasil penelitian kepada pembimbing
3. Perbaikan hasil konsultasi
4. Pengurusan kelengkapan persyaratan ujian
5. Ujian skripsi

BAB IV

HASIL DAN PEMBAHASAN

4.1 Hasil penelitian

Channel youtube polewali mandar tv terbit mulai 2017, sebelumnya menggunakan youtube sebagai media untuk menyajikan sebuah berita, sebelumnya berita atau informasi hanya disajikan melalui web atau facebook.

Pada agenda peliputan, itu terlebih dahulu harus di ACC oleh pimpinan, kemudian di koordinir oleh kepala seksi dan diketahui oleh kepala bidang kemudian setelah itu diarahkan ke tim produksi. Ketika sudah menerima informasi dari lapangan para tim redaksi khususnya pada tim narasi langsung mengelola berita tersebut sebagaimana bijaknya, kemudian menganalisis. kemudian setelah narasi selesai mengelola berita, berita tersebut di cek kembali oleh tim editor. Editor dalam hal ini seorang PNS yang meneliti kembali ejaan-ejaan bahasa yang rancu atau ada yang kurang itu mereka tambahkan namun harus selalu sesuai dengan KBBI. Kemudian setelah itu, berita tersebut di teliti kembali oleh pimpinan, setelah dari pimpinan menyetujui kemudian berita tersebut langsung di serahkan ke teman-teman editor atau tim editor. Di susun langsung videonya, bagaimana kreatifitasnya, visualnya, teksnya, kelengkapannya, di susun kemudian di kembalikan lagi ke pimpinan. Ketika telah di ACC berita tersebut kemudian

layak untuk di publikasikan melalui media komunikasi chanel youtube polewali mandar tv.

Berdasarkan temuan penelitian yang telah dilakukan di peroleh data bahwa manajemen pengelolaan chanel youtube polewali mandar tv itu memproduksi konten-konten yang bersifat inspiratif sehingga penonton berminat untuk menonton karena konten yang disajikan itu tidak monoton tentang berita, tetapi chanel youtube polewali mandar tv juga menyajikan konten seperti acara festival, namun festival sebenarnya masih bersifat berita namun ada kebijakan dari pimpinan untuk informasi seputar festival itu masuk dalam liputan khusus (tradisional) contohnya festival saiyang pattudu, festival sandeq race. Selain dari ini, itu adalah liputan harian. Dalam 1 bulan berita yang di produksi pada chanel youtube polewali mandar tv itu berjumlah 45 berita, namun dibagi lagi menjadi 5 berita pilihan dan biasa disebut dengan berita Top News. Hal yang sama juga diungkapkan oleh salah satu dari tim jurnalis chanel youtube polewali mandar tv Sinta yang menyatakan bahwa dalam 1 bulan tersebut setiap seminggu para tim kreatif youtube itu memilih 1 berita yang lebih menarik perhatian masyarakat untuk dipilih menjadi berita Top News. Kemudian selanjutnya, jumlah siaran setiap hari, saya mendapatkan bahwa dalam sehari informasi atau berita yang disajikan maksimal 5,4 kadang 7,8 10. Rata-ratanya 3, 4, sampai 5. Tergantung momen, jika dalam satu hari full terdapat banyak berita itu memungkinkan

akan banyak juga berita yang disajikan melalui channel youtube polewali mandar tv.

Berdasarkan percakapan saya dengan anggota redaksi kominfo polewali mandar tv, yaitu dengan ibu Rahmawati bahwa ternyata proses manajemen pengelolaan chanel youtube serta proses rencana dan membuat produksi, saya mendapatkan bahwa sistem manajemen pengelolaan chanel youtube pada dinas kominfo polewali mandar tv itu sangat baik dan terstruktur sesuai dengan standar operasional prosedur (SOP) dalam pembuatan video berita kegiatan pemerintah. Karena mulai dari proses agenda pengambilan data atau berita dari lapangan sampai pada proses akhir itu melalui beberapa tahap. Pada alur produksi, itu dimulai dari agenda, peliputan, kemudian penugasan, akses peliputan di lapangan, kemudian wawancara dengan narasumber dengan tujuan untuk mengambil data, kelengkapan video, foto. Setelah itu kemudian data yang didapatkan dilaporkan langsung ke teman-teman narasi untuk di susun.

Para tim produksi dapat menyusun 10 sampai 15 menit durasinya. Paling lama 20 menit tergantung dari kecepatan data masuk. Efektifnya juga pada tim produksi mereka menggunakan WhatsApp sebagai alat untuk mempercepat komunikasi. Jadi pada saat tim yang bertugas terjun ke lapangan untuk meliput berita atau mengambil data, dengan menggunakan WhatsApp itu membantu mereka untuk berkordinasi cepat dengan tim yang

bertugas selanjutnya, di pandu oleh kepala bidang kemudian diarahkan oleh pimpinan di redaksi. Dalam hal ini bapak kadis kominfo.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa manajemen redaksi terkait proses manajemen pengelolaan chanel youtube pada dinas kominfo polewali mandar tv itu di kelola dengan sangat teliti bertahap dan terstruktur. Para tim bekerja dengan sangat professional mereka mengelola berita dengan sangat sssbaik dan professional.

4.2 Pembahasan

Channel youtube polewali mandar tv terbit mulai 2017, sebelum menggunakan youtube sebagai media untuk menyajikan sebuah berita, sebelumnya berita atau informasi hanya disajikan menggunakan web atau facebook. Terdapat beberapa jurnalis, namun yang spesifiknya itu adalah narator atau penulis naskah yaitu ibu nana, ibu yani, ibu sinta, dan ibu rahmawati.

Pada agenda peliputan, itu terlebih dahulu harus di ACC oleh pimpinan, kemudian di koordinir oleh kepala seksi dan diketahui oleh kepala bidang kemudian setelah itu diarahkan ke tim produksi. Ketika sudah menerima informasi dari lapangan para tim redaksi khususnya pada tim narasi langsung mengelola berita tersebut sebagaimana bijaknya, kemudian menganalisis. setelah narasi selesai mengelola berita, berita tersebut di cek kembali oleh tim editor. Editor dalam hal ini seorang PNS yang meneliti

kembali ejaan-ejaan bahasa yang rancu atau ada yang kurang itu mereka tambahkan namun harus selalu sesuai dengan KBBI. Kemudian setelah itu, berita tersebut di teliti kembali oleh pimpinan, setelah dari pimpinan menyetujui kemudian berita tersebut langsung di serahkan ke teman-teman editor atau tim editor. Di susun langsung videonya, bagaimana kreatifitasnya, visualnya, teksnya, kelengkapannya, di susun kemudian di kembalikan lagi ke pimpinan. Ketika di ACC berita tersebut kemudian di publikasikan melalui media komunikasi youtube polewali mandar tv.

Kemudian selanjutnya berapa jurnalis yang berperan dalam proses produksi, saya mendapatkan bahwa Terdapat beberapa jurnalis, namun yang spesifiknya itu adalah narator atau penulis naskah yaitu ibu nana, ibu yani, ibu sinta, dan ibu rahmawati. pada tim produksi terdapat 4 narator yang bertugas menyusun, menulis naskah atau artikel yang diterima dari tim peliput dari lapangan. 4 narator ini tugasnya menyusun narasi atau mengelola narasi serta menganalisis informasi yang masuk. Narasi yang di informasikan nanti itu di susun dari segi kehumasan/pemda. Narasi yang kita informasikan itu dalam satu artikel dan berbeda dengan media-media social.

Pada tim produksi terdapat 4 narator yang bertugas menyusun, menulis naskah atau artikel yang diterima dari tim peliput dari lapangan. 4 narator ini tugasnya menyusun narasi atau mengelola narasi serta menganalisis informasi yang masuk. Narasi yang di informasikan nanti itu di susun dari segi

kehumasan/pemda. Narasi yang kita informasikan itu dalam satu artikel dan berbeda dengan media-media social. Para tim produksi dapat menyusun 10 sampai sampai 15 menit durasinya. Paling lama 20 menit tergantung dari kecepatan data masuk. Efektifnya juga pada tim produksi mereka menggunakan WhatsApp sebagai alat untuk mempercepat komunikasi. Jadi pada saat tim terjun ke lapangan untuk meliput berita atau mengambil data itu membantu mereka untuk berkordinasi dengan tim yang bertugas selanjutnya, di pandu oleh kepala bidang kemudian diarahkan oleh pimpinan di redaksi. Dalam hal ini bapak kadis kominfo.

BAB V

PENUTUP

5.1 Kesimpulan

Mengingat temuan dan pembahasan ilmiah tentang “Analisis Manajemen Pengelolaan Chanel Youtube Polewali Mandar Tv” dapat disimpulkan bahwa pengelolaan chanel youtube polewali mandar tv itu di kelola dengan sangat teliti bertahap dan terstruktur. Para tim bekerja dengan sangat professional mereka mengelola berita dengan sangat baik. Konten yang disajikan oleh media komunikasi youtube polewali mandar tv itu juga informatif dan inspiratif. Tidak sekedar menayangkan berita formal dari pemda tetapi berita yang juga menghibur masyarakat dan tentunya tetap menjaga citra polewali mandar.

5.2 Saran

Berdasarkan temuan penelitian ini, rekomendasi berikut dapat dibuat:

1. Redaktur di Polewali Mandar TV didesak untuk mempertahankan momentum kenaikan stasiun dengan memperkuat manajemen di bidang penjadwalan tenggat waktu berita dan koordinasi seperti laser.
2. Pelatihan yang secara khusus ditujukan untuk editor dapat mempertajam pemikiran kritis mereka dan membantu mereka mengelola tantangan dengan lebih baik, dan ini dapat dilakukan untuk

memaksimalkan sumber daya yang sudah tersedia di ruang redaksi.

3. Semoga bermanfaat bagi penelitian selanjutnya.

DAFTAR PUSTAKA

- A.S. Moenir. 2002. *Manajemen Pelayanan Umum di Indonesia*. Jakarta: PT. Bumi Aksara.
- A.S. Moenir. 2010. *Manajemen Pelayanan Umum Di Indonesia*. Jakarta : PT. Bumi Aksara.
- Aditya Prabowo, (2021). *Manajemen Produksi Chanel Youtube Febri Fegan Dalam Meningkatkan Kualitas Konten Gaming Di Media Youtube*.
- Arsyad, Lincolin. 1999. *Pengantar Perencanaan dan Pembangunan Ekonomi Daerah*. BPFE. Yogyakarta.
- Batinggi, Achmat, 1999. *Manajerial Pelayanan Umum*. Jakarta: Universitas Terbuka.
- Bella Shavira Herman, (2020). *Pemanfaatan Aplikasi Youtube Sebagai Sarana Menyebarkan Berita Oleh Kompas Tv Biro Medan*.
- Effendy, Onong Uchjana. 2000, *Ilmu Komunikasi dan Praktek*. Bandung: PT Remaja Rosdakarya
- Eril. (2020 , Maret 16). *Pengertian Komunikasi, Tujuan, Fungsi & Macamnya*. Retrieved Desember 26, 2020, from pengertian komunikasi: <https://qwords.com/blog/pengertian-komunikasi/>
- Hani Handoko. 2002. *Manajemen Personalia dan Sumberdaya Manusia*.
- Hayat. 2017. *Manajemen Pelayanan Publik*. Depok: PT. RajaGrafindo Persada.
- <https://dianisa.com> *Pengertian Youtube, Manfaat, Kelebihan, Kekurangan*
- <https://romelte.com> *Komunikasi Massa*
- <https://sulselprov.go.id> *Dampak Positif Internet*
- <https://www.gramedia.com> *Pengertian Media Sosial, Fungsi, Jenis, Manfaat*
- Kriyantono, R. (2019). *Pengantar Lengkap Ilmu Komunikasi Filsafat dan Etika Ilmunya serta Perspektif Islam*. Jakarta: Prenadamedia Group.

- Miguel. 2019. *Fungsi Berita Dalam Kehidupan Sehari-hari*
- Moenir, H.AS, 2008. *Manajemen Pelayanan Umum Di Indonesia*, Bumi Aksara. Jakarta
- Moleong, L. J. (2016). *Metodologi Penelitian Kualitatif*. Bandung: Remaja Yosdakarya.
- Panuju, R. (2018). *Pengantar Studi Ilmu Komunikasi: Komunikasi Sebagai Kegiatan Komunikasi Sebagai Ilmu*. Jakarta: Prenadamedia Group. 33
- Nursidah. 2021. *Strategi Penggunaan Youtube Sebagai Sarana Menyebarkan Berita*
- Purwanto, A. (2018). Pengaruh Tipe Industri Ukuran Perusahaan Profitabilitas Terhadap Corporate Social Responsibility. *Jurnal Akuntansi & Auditing*, 28. .
- Robbins. 2002. *Manajemen*. Yogyakarta: BPFE
- Sari, A. (2017). *Dasar-Dasar PR Teori dan Praktik*. Yogyakarta: Deepublish.
- Suryanto.(2017). *Pengantar Ilmu Komunikasi*. Bandung: CV Pustaka Setia.
- Yogyakarta: BPFE

LAMPIRAN

A. Foto Dokumentasi Penelitian



Gambar 1. Dokumentasi wawancara dengan salah jurnalis dari tim redaksi kominfo Polewali Mandar



Gambar 2. Foto dokumentasi depan kantor dinas kominfo Polewali Mandar



Gambar 3. Foto dokumentasi bersama Narasumber yaitu salah satu jurnalis dari tim redaksi kominfo Polewali Mandar