

**STRATEGI KEBIJAKAN REDAKSIONAL PEMBERITAAN
KRIMINAL PADA PORTAL WASPADA.CO.ID DALAM
MENINGKATKAN MINAT BACA**

SKRIPSI

OLEH:

ANISA TIARA L.GAOL

178530103



**PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK
UNIVERSITAS MEDAN AREA**

MEDAN

2022

UNIVERSITAS MEDAN AREA

© Hak Cipta Di Lindungi Undang-Undang

1. Dilarang Mengutip sebagian atau seluruh dokumen ini tanpa mencantumkan sumber
2. Pengutipan hanya untuk keperluan pendidikan, penelitian dan penulisan karya ilmiah
3. Dilarang memperbanyak sebagian atau seluruh karya ini dalam bentuk apapun tanpa izin Universitas Medan Area

Document Accepted 21/9/22

Access From (repository.uma.ac.id)21/9/22

LEMBAR PENGESAHAN

Judul Penelitian : Strategi Kebijakan Redaksional Pemberitaan Kriminal Pada Portal Waspada.co.id Dalam Meningkatkan Minat Baca

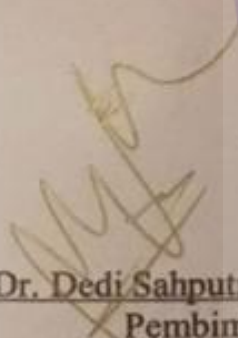
Nama Mahasiswa : Anisa Tiara L. Gaol


NPM : 178530103

Program Studi : Ilmu Komunikasi

Fakultas : Ilmu Sosial dan Ilmu Politik

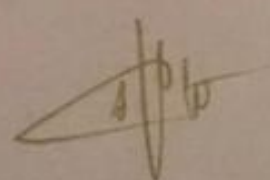
Disetujui Oleh:
Komisi Pembimbing


Dr. Dedi Sahputra, MA
Pembimbing I


Dr. Selamat Riadi, S.E., M.I.kom
Pembimbing II



Dr. Effiati Juliana Hasibuan, M.Si
Dekan


Agnita Yolanda, B.Comm.M.Sc
Ka. Prodi

Tanggal Lulus : 8 JULI 2022

UNIVERSITAS MEDAN AREA

© Hak Cipta Di Lindungi Undang-Undang

Document Accepted 21/9/22

1. Dilarang Mengutip sebagian atau seluruh dokumen ini tanpa mencantumkan sumber
2. Pengutipan hanya untuk keperluan pendidikan, penelitian dan penulisan karya ilmiah
3. Dilarang memperbanyak sebagian atau seluruh karya ini dalam bentuk apapun tanpa izin Universitas Medan Area

Access From (repository.uma.ac.id)21/9/22

LEMBAR PERNYATAAN

Saya menyatakan bahwa skripsi yang saya susun sebagai syarat memperoleh gelar sarjana merupakan hasil karya tulis saya sendiri. Adapun bagian-bagian tertentu dalam skripsi ini yang dikutip dari hasil karya orang lain sudah dituliskan sumbernya secara jelas sesuai dengan norma dan aturan penulisan ilmiah.

Saya bersedia menerima sanksi-sanksi dengan peraturan yang berlaku apabila di kemudian hari ditemukannya sifat plagiat dalam skripsi ini.



Medan, 25 Maret 2021



Anisa Tiara L. Gaol
17.853.0103

HALAMAN PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI TUGAS AKHIR/SKRIPSI/TESIS UNTUK KEPENTINGAN AKADEMIS

Sebagai civitas akademis Universitas Medan Area, saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Anisa Tiara L.Gaol
NPM : 17.853.0103
Program Studi : Ilmu Komunikasi
Fakultas : Ilmu Sosial dan Ilmu Politik
Jenis Karya : Tugas Akhir / Skripsi

Demi pengembangan ilmu pengetahuan, menyetujui untuk memberikan kepada Universitas Medan Area Hak Bebas Royalti Noneklusif (*Non-exclusive Royalty Free-Right*) atas karya ilmiah saya yang berjudul “Strategi Kebijakan Redaksional Pemberitaan Kriminal Pada Portal Waspada.co.id Dalam Meningkatkan Minat Baca”. Dengan Hak Bebas Royalti Non-Eklusif ini Universitas Medan Area dapat menyimpan, mengalih media / formatkan, mengelola dalam bentuk pangkalan data (*database*), merawat dan mempublikasi tugas akhir / skripsi saya selama tetap mencantumkan nama saya sebagai penulis/pemilik hak cipta.

Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya.

Medan, 25 Maret 2021


n,

Anisa Tiara L.Gaol

ABSTRAK

Strategi redaksi dalam proses pembuatan informasi atau berita hingga berita siap terbit. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui strategi kebijakan redaksional pemberitaan kriminal pada portal Waspada.co.id dalam meningkatkan minat baca. Dengan menggunakan metode deskriptif kualitatif untuk menjelaskan secara objektif, mendalam dari hasil yang diperoleh dilokasi penelitian. Teknik pengumpulan data pada penelitian ini menggunakan teknik pengumpulan data yaitu observasi, wawancara dan dokumentasi. Teknik analisis data dalam penelitian ini, dilakukan setelah data – data diperoleh melalui teknik wawancara mendalam. Lalu dikonfirmasi dengan narasumber atau informan secara triangulasi. Analisis data terdiri dari tiga alur kegiatan yang terjadi secara bersamaan yaitu: reduksi data, penyajian data, penarikan kesimpulan/verifikasi. Hasil penelitian Strategi yang dilakukan Waspada.co.id dengan secepat mungkin untuk langsung memberitakan pemberitaan terkini, serta menggunakan bahasa yang dapat menarik minat baca masyarakat terhadap yang disajikan pada Waspada.co.id. Starategi lain dari Waspada.co.id yaitu melalui sosial media Instagram, Facebook, Twitter, dan Youtube. Waspada.co.id dalam memberitakan berita kriminal tersebut sesuai dengan peraturan yang ada, dengan tidak menampilkan foto-foto eskترم yang terjadi pada korban. Adapun faktor yang menjadi penghambat dalam pemberitaan kriminal yaitu mengenai kejadian yang berlangsung dilapangan, harus melakukan wawancara terlebih dahulu ke beberapa pihak, mulai dari pihak korban, saksi, dan pelaku maupun pihak kepolisian. Permasalahan utama ada beberapa pihak yang tidak berkenan untuk melakukan wawancara, itulah yang membuat pemberitaan kriminal itu tidak dapat langsung diterbitkan.

Kata Kunci: Strategi Kebijakan Redaksional, Pemberitaan Kriminal, Meningkatkan Minat Baca.

ABSTRACT

Strategy in terms of the process of making information or news until the news is ready to be published. This study aims to determine the editorial policy strategy of criminal reporting on the alert.co.id portal in increasing reading interest. By using qualitative methods to explain objectively, explore the results obtained at the location. Data collection techniques in this study used data collection techniques, namely interviews and documentation. The data analysis technique in this study was carried out after the data obtained through in-depth interview techniques. Then confirmed with sources or informants by triangulation. Data analysis consists of three streams of activities that occur simultaneously, namely: data reduction, data presentation, conclusion drawing/verification. The results of the strategic research conducted by Waspada.co.id as quickly as possible to be aware of the latest news, and use language that can attract people's interest in reading what is interesting that is Waspada.co.id. Another strategy for being Waspada.co.id is through social media Instagram, Facebook, Twitter, and Youtube. And be Waspada.co.id in reporting the crime in accordance with existing regulations, by not displaying extreme photos of what happened to the victim. As for the factors that become an obstacle in reporting crime, namely regarding events that take place in the field, you must first conduct interviews with several parties, starting from the victims, witnesses, and perpetrators as well as the police. The main problem is that some parties are not willing to conduct interviews, which makes the criminal report unable to be published immediately.

Keywords: Strategy Editorial Policy, Criminal Reporting, Increasing Reading Interest.

RIWAYAT HIDUP

Anisa Tiara L.Gaol adalah nama penulis ini. Lahir pada tanggal 30 Juni 1999, di Medan, Sumatera Utara. Penulis merupakan anak ke 3 dari 3 bersaudara, dari pasangan Bapak Ir. Zonni dan Ibu Marnis. Penulis pertama kali masuk pendidikan di SD Negeri 066433 pada tahun 2005 dan tamat 2011 pada tahun yang sama penulis melanjutkan pendidikan ke SMP Swasta Muhammadiyah 02 Medan dan tamat pada tahun 2014. Setelah tamat di SMP, penulis melanjutkan ke SMA Swasta Tamansiswa Medan dan tamat pada tahun 2017. Dan pada tahun yang sama penulis terdaftar sebagai Mahasiswi di Universitas Medan Area Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Program Studi Ilmu Komunikasi dan tamat pada tahun 2022.

Dengan ketekunan, motivasi tinggi untuk belajar dan berusaha, Penulis telah berhasil menyelesaikan pengerjaan tugas akhir skripsi ini. Semoga dengan penulisan tugas akhir skripsi ini mampu memberikan kontribusi positif bagi dunia pendidikan.

Akhir kata penulis mengucapkan rasa syukur yang sebesar-besarnya atas terselesaikan skripsi yang berjudul **“Strategi Kebijakan Redaksional Pemberitaan Kriminal Pada Portal Waspada.co.id Dalam Meningkatkan Minat Baca”**.

KATA PENGANTAR

Dengan mengucap puji dan syukur kepada Allah atas segala rahmat dan hidayah-Nya yang telah diberikan kepada penulis sehingga dapat menyelesaikan skripsi ini. Dan tidak lupa penulis panjatkan shalawat serta salam kepada junjungan Nabi Muhammad SAW, yang telah menjadi suritauladan yang baik bagi umatnya dan untuk berbuat kebajikan.

Skripsi ini disusun sebagai salah satu syarat kelulusan bagi setiap mahasiswa Universitas Medan Area fakultas ilmu sosial dan ilmu politik pada program studi ilmu komunikasi, selain itu juga merupakan suatu bukti bahwa mahasiswa telah menyelesaikan kuliah jenjang program strata-1 dan untuk memperoleh gelar sarjana ilmu komunikasi.

Adapun judul yang diajukan penulis dalam penyusunan skripsi ini adalah **"Strategi Kebijakan Redaksional Pemberitaan Kriminal Pada Portal Waspada.co.id Dalam Meningkatkan Minat Baca"**.

Penulis menyadari bahwa dalam penulisan skripsi ini dapat selesai dengan lancar karena tidak lepas dari bantuan berbagai pihak. Untuk itu izinkan penulis menyampaikan ucapan terima kasih yang sebesar-besarnya kepada:

1. Bapak Ir. Zonni Mungkur, dan Ibu Marnis selaku orang tua tercinta yang telah memberikan doa dan dukungan yang tiada henti kepada saya.
2. Kakak kandung saya Titi Sabrina L.Gaol dan Abang kandung saya Rahmad Sidiq L.Gaol yang telah memberikan doa dan dukungan.
3. Bapak Prof. Dr. Dadan Ramdan, M. Eng., M.Sc., selaku Rektor Universitas Medan Area.

4. Ibu Dra. Effiati Juliana Hasibuan, M.Si, Selaku Dekan Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik.
5. Ibu Agnita Yolanda B.Comm, M.Sc. Selaku Ketua Prodi Ilmu Komunikasi Fakultas Ilmu Sosial Dan Ilmu Plolitik Universitas Medan Area.
6. Pembimbing satu saya yang telah memberikan arahan, motivasi, dan bantuan kepada saya untuk dapat menyelesaikan tugas akhir ini, yaitu Bapak Dr. Dedi Sahputra, MA.
7. Pembimbing dua saya yang telah memberikan arahan, motivasi, dukungan, dan membimbing saya dalam menulis hingga saya dapat menyelesaikan tugas akhir ini, yaitu Bapak Dr. Selamat Riadi, S.E, M.I.Kom.
8. Sekertaris penulis yang telah meluangkan waktu dan memberikan saran serta arahan dalam penulisan skripsi ini, yaitu Ibu Nadia Amelia Elyana Poluan, S.Sos, M.I.Kom.
9. Seluruh Bapak dan Ibu Dosen Program Studi Ilmu Komunikasi dan Dosen Program Studi lain yang telah memberikan bimbingan, semangat, dan ilmu kepada penulis selama perkuliahan.
10. Seluruh Staff Administrasi Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Medan Area.
11. Kepada yang menemani selama proses skripsi ini Gondre, Dewi Kartika, Leny Stevani, Ulfa Alfarishi, Alfaridho, Vella Aticha.
12. Seluruh teman Program Studi Ilmu Komunikasi tahun ajaran 2017 yang telah sama-sama berjuang dalam menempuh pendidikan tinggi .

Penulis tentunya menyadari pembuatan skripsi ini masih banyak lagi kekurangan dan kelemahannya. Oleh karena itu penulis berharap kepada semua

pihak agar dapat menyampaikan kritik dan saran yang membangun untuk menambah kesempurnaan skripsi ini dengan senang hati.

Medan, 25 Maret 2021

Penulis

Anisa Tiara L.Gaol

(178530103)



DAFTAR ISI

LEMBAR PENGESAHAN	Error! Bookmark not defined.
LEMBAR PERNYATAAN	Error! Bookmark not defined.
HALAMAN PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI TUGAS AKHIR/SKRIPSI/TESIS UNTUK KEPENTINGAN AKADEMIS...	Error! Bookmark not defined.
ABSTRAK	ii
ABSTRACT	v
RIWAYAT HIDUP	vi
KATA PENGANTAR	vii
DAFTAR GAMBAR	xii
BAB I PENDAHULUAN	1
A. Latar Belakang	1
B. Fokus Penelitian.....	7
C. Rumusan Masalah.....	7
D. Tujuan Penelitian	7
E. Manfaat Penelitian	7
BAB II LANDASAN TEORI	9
A. Pengertian Strategi.....	9
B. Komunikasi Massa.....	10
1. Pengertian Komunikasi Massa	10
2. Fungsi Komunikasi Massa	11
4. Karakteristik Komunikasi Massa.....	12
C. Media Massa.....	14
1. Pengertian Media Massa	14
2. Jenis-Jenis Media Massa	15
3. Fungsi Media Massa	16
D. <i>New Media</i>	17
1. Pengertian <i>New Media</i>	17
2. Karakteristik <i>New Media</i>	18
E. <i>Media Online</i>	19
1. Jenis-Jenis <i>Media Online</i>	20
F. Teori Agenda <i>Setting</i>	21

1. Pengertian Teori Agenda <i>Setting</i>	22
G. Penelitian Terdahulu	23
H. Kerangka Pemikiran	26
BAB III METODOLOGI PENELITIAN	27
A. Metode Penelitian	27
B. Sumber Data	27
1. Data Primer	27
2. Data Skunder	28
D. Teknik Pengumpulan Data	30
E. Instrumen Penelitian	31
F. Teknik Analisis Data	31
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN	34
A. Gambaran Umum Waspada.co.id	34
1. Profil Waspada.co.id	35
2. Visi dan Misi Waspada.co.id	35
3. Logo Waspada.co.id	36
4. Struktur Redaksi Waspada.co.id	36
B. Gambaran Umum Informan	37
C. Hasil Wawancara Dengan Informan	39
D. Hasil Observasi Objek Penelitian	49
E. Pembahasan	56
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN	60
A. Kesimpulan	60
B. Saran	61
DAFTAR PUSTAKA	62
LAMPIRAN	

DAFTAR GAMBAR

1. Gambar Logo Waspada.co.id.....	37
2. Gambar Berita Kriminal Pada Portal Waspada.co.id.....	42
3. Gambar Profil Instagram Waspada.co.id.....	52
4. Gambar Berita Kriminal Pada Instagram Waspada.co.id.....	53
5. Gambar Profil Facebook Waspada.co.id.....	53
6. Gambar Berita Kriminal Pada Facebook Waspada.co.id.....	54
7. Gambar Profil Twitter Waspada.co.id.....	54
8. Gambar Berita Kriminal Pada Twitter Waspada.co.id.....	55
9. Gambar Profil Youtube Waspada.co.id.....	55
10. Gambar Berita Kriminal Pada Youtube Waspada.co.id.....	56

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Seiring dengan pertumbuhan pengguna internet yang demikian pesat, masyarakat menginginkan hal-hal yang serba cepat dan hanya media *online* lah yang sanggup melayani masyarakat yang serba terburu-buru. Perkembangan internet yang harus mengalami pembaruan tersebut membuat internet digunakan sebagai kebutuhan komunikasi dan informasi penduduk. Sehingga membuat masyarakat menggeser aktifitas – aktifitas yang dilakukan di dunia nyata, ke dunia maya melalui internet.

Dalam bidang informasi, persaingan media sangat ketat karena masyarakat penikmat informasi menjadikan berita sebagai kebutuhan sehari-hari yang tak bisa diabaikan keberadaannya. Adapun saat ini, banyak media cetak yang beralih ke media *online* yang berbasis internet.

Media- media *online* hanya dengan melakukan penyajian berita sepotong, dua atau tiga alinea, masyarakat disugahi berita baru oleh media-media *online*. Masyarakat dapat mengakses informasi dan memenuhi keingintahuan dengan mudah, meskipun dahaga informasi belum tentu sepenuhnya terpenuhi. Kepuasan masyarakat untuk mereguk informasi tidak cukup dilayani dengan kecepatan saja, tetapi juga keakuratan, keakuratan, keberimbangan dan kedalaman.

Media *online* adalah salah satu media massa yang populer dan bersifat khas. Kekhasan media *online* terletak pada keharusan memiliki jaringan teknologi

dengan menggunakan perangkat komputer atau gadget lainnya. Beberapa keunggulan yang dimiliki media *online* adalah informasi yang bersifat *up to date*, *real time* dan praktis. Media *online up to date* karena dapat melakukan pembaharuan informasi dari waktu ke waktu.

Media *online* merupakan sarana untuk mendapatkan suatu informasi yang dengan mudah di dapatkan, hanya dengan menggunakan internet semua kalangan masyarakat dapat mengetahui informasi apa yang sedang terjadi di berbagai kota, maupun manca negara. Saat ini media sangat memudahkan khalayak dalam mendapatkan informasi terkini, informasi merupakan hal yang sangat dibutuhkan oleh semua kalangan, berbagai jenis kelamin, dan lain sebagainya, untuk menambah wawasan dan pengetahuan mereka.

Kemudahan penyampaian berita yang diberikan oleh internet membentuk sebuah media baru atau *new media*, yang juga di gadang-gadang sebagai pesaing baru dalam dunia bisnis media. *New media* mencakup teknologi informasi dan teknologi telekomunikasi yang menawarkan berbagai kemudahan dalam hal mencari berita, bergaul, dan berbisnis ini, sudah menjadi sahabat terbaik bagi masyarakat.

Media *online real time* karena dapat menyajikan berita atau informasi seiring dengan peristiwa yang ditemukan. Serta praktis karena media *online* dapat diakses di mana dan kapan saja sejauh didukung oleh teknologi internet. Media *online* adalah sebutan umum untuk sebuah bentuk media (*channel*, sarana, alat) komunikasi yang berbasis telekomunikasi dan multimedia (komputer) yang bisa diakses melalui internet.

Dalam pengertian umum ini, media *online* antara lain portal, *website* (situs *web*, *blog*), *radio-online*, *TV-online*, *pers online*, *mail-online*, dan media sosial (*social media*) seperti Facebook, Twitter, Instagram, YouTube dan lainnya. Dalam pengertian khusus, media *online* adalah media komunikasi massa yang tersaji secara *online* di internet, seperti versi *online* surat kabar atau majalah dan portal berita *online* (situs berita).

Media *online* dalam pengertian kedua ini adalah media massa generasi ketiga setelah media cetak (surat kabar, majalah, tabloid) dan media elektronik (radio, televisi, film). Media *online* dalam pengertian media massa ini juga merupakan produk jurnalistik *online* yang disebut juga *cyber journalism* dan *web journalism* yaitu "pelaporan fakta atau peristiwa yang diproduksi dan didistribusikan melalui internet". *Cyber journalism* sekarang ini menjadi contoh menarik. Khalayak pengakses media konvergen alias "pembaca" tinggal meng-*click* informasi yang diinginkan di komputer yang sudah dilengkapi dengan aplikasi internet untuk mengetahui informasi yang dikehendaki dan sejenak kemudian informasi itupun muncul. Aplikasi teknologi komunikasi terbukti mampu mempercepat jalur pengiriman informasi media kepada pembacanya.

Penulisan berita dalam media *online* ditulis dengan kalimat-kalimat pendek karena yang terpenting untuk memenuhi tuntutan terkini dan terpercaya. Pembaca hanya perlu waktu tidak sampai lima menit untuk menuntaskan bacaan. Banyak orang membaca berita hanya untuk mengisi sedikit waktu luang di tengah kesibukan, maka dari itu judul berita yang menarik sebagai penentu klik pembaca.

Penulisan pemberitaan kriminal misalnya, orang pasti cepat tertarik untuk membacanya, dikarenakan kejahatan kriminal tersebut yang sangat marak

dilakukan di berbagai penjuru kota yang tentunya membuat masyarakat resah, takut, cemas akan kejahatan yang sering terjadi di setiap sudut kota bahkan sampai kepermungkinan desa. Kriminalitas yang biasanya terjadi seperti perampokan, pemerkosaan, pencurian, yang sampai saat ini masih banyak di alami oleh masyarakat. Dengan adanya pemberitaan kriminal tersebut membuat masyarakat dapat mengantisipasi akan terjadinya kejahatan yang dapat mengintai dimana pun kita berada .

Berita kriminal adalah berita yang memuat informasi tentang kriminalitas, yang berarti informasi mengenai penyimpangan hukum dalam masyarakat. Pengertian tersebut didasarkan pada pendapat yang menerangkan bahwa kriminal adalah perbuatan jahat yang dapat dijatuhi hukuman menurut Undang-undang dan merupakan tindakan pidana bukan perbuatan perdata (Salim, 1991). Sedangkan kriminalitas merupakan hal-hal yang bersifat kriminal, perbuatan yang melanggar atau bertentangan dengan hukum pidana dan merupakan kejahatan. Pengertian tersebut dipengaruhi oleh sudut pandang hukum.

Berita kriminal adalah uraian tentang peristiwa atau fakta, atau pendapat yang mengandung nilai berita tentang kejahatan yang disajikan di media massa. Berita kriminal sebagai cara dalam menyampaikan informasi hanya berkisar mengenai kejadian kriminal atau kejahatan, kecelakaan, kebakaran dan atau orang hilang, berita ini dapat dikemas dalam format berita (*news*) ataupun laporan mendalam (*indepth report*) yang mengupas suatu kasus lama atau baru yang belum, sudah terungkap, dan terkadang disertai tips-tips untuk mengantisipasi setiap modus kejahatan.

Peran media disini sangat penting untuk menarik masyarakat dalam meningkatkan minat baca berita dikarenakan kejahatan tersebut dapat terjadi dimanapun dan kapanpun. Masyarakat juga harus menyadari jika banyak membaca maka semakin banyak pula informasi yang didapatkan tentang peristiwa terkini yang sedang terjadi. Melalui media masyarakat tak harus bersusah payah dalam mencari informasi, hanya dengan membuka situs berita maka apa yang ingin dicari dapat langsung dibaca.

Peningkatan minat baca perlu dilakukan karena pada masa yang serba *digital* seperti sekarang ini lagi marak berita-berita hoax yang tersebar yang dapat mempengaruhi orang yang minat bacanya rendah sehingga orang tersebut mudah untuk percaya serta menyebarkan berita hoax tersebut. Dengan begitu sangat penting membuat masyarakat meningkatkan minat baca dengan cara menyuguhkan pemberitaan yang menarik, memberikan topik-topik yang lagi hangat dibicarakan, mengupas isu-isu terkini, serta membuat masyarakat menjadikan informasi dan berita sebagai sebuah kebutuhan.

Pemberitaan yang menarik untuk dibaca tentunya tak luput dari berbagai tim atau bagian-bagian penting didalam suatu media, bagian redaksional salah satu bagian yang sangat penting didalam media karena bagian ini memiliki tanggung jawab yang besar.

Tanggung jawab bagian redaksi ada pada pemberitaan mulai dari peliputan yang dilakukan wartawan, setelah itu bagian redaksi melakukan penyusunan berita, hingga penyajiannya berupa berita, opini, atau feature. Setiap media tentunya mempunyai kebijakan redaksi yang berbeda dalam proses pencarian

berita hingga pada penyajian tersebut. Kebijakan redaksi yang diambil tergantung kepada peraturan yang berlaku di media tersebut.

Redaksi adalah bagian atau sekumpulan orang dalam sebuah organisasi perusahaan media massa (cetak, elektronik, *online*) yang bertugas untuk menolak atau mengizinkan pemuatan sebuah tulisan atau berita melalui berbagai pertimbangan, di antaranya ialah bentuk tulisan berupa berita atau bukan, bahasa, akurasi, dan kebenaran tulisan (Manulang, 1990).

Redaksi dapat diartikan sebagai proses kegiatan yang dilakukan berdasarkan tugasnya oleh antar individu saling berketerkaitan antara satu dengan lainnya. Pada media massa setiap individunya mengerjakan tugasnya masing-masing, dari menentukan berita yang akan dimuat, mencari dan mengolah berita, dan menyebarluaskan beritanya kepada khalayak. Selain itu evaluasi dari sebuah media untuk mencapai tujuan tersebut. Redaksi yang teratur dan terarah sangatlah penting.

Maka dari itu media memerlukan strategi redaksi dalam hal proses pembuatan informasi atau berita hingga berita siap terbit. Tentunya, hal ini menyangkut informasi atau berita mana yang layak muat atau pun tidak. Kelayakan informasi atau berita yang dimuat atau tidak kembali kepada kebijakan redaksi dalam mengambil keputusan.

Oleh karena itu berdasarkan dari uraian di atas, penulis tertarik untuk melakukan penelitian dengan judul **“Strategi Kebijakan Redaksional Pemberitaan Kriminal Pada Portal Waspada.co.id Dalam Meningkatkan Minat Baca”**

B. Fokus Penelitian

Berdasarkan dengan latar belakang masalah penelitian ini, maka fokus penelitian ini adalah membahas bagaimana Strategi Kebijakan Redaksional Pemberitaan Kriminal Pada Portal Waspada.co.id Dalam Meningkatkan Minat Baca.

C. Rumusan Masalah

Berdasarkan dengan latar belakang masalah penelitian ini, maka perumusan masalah penelitian ini, sebagai berikut:

1. Bagaimana Strategi Kebijakan Redaksional Pemberitaan Kriminal Pada Portal Waspada.co.id dalam Meningkatkan Minat Baca ?
2. Faktor apa saja yang menjadi Hambatan Redaksional dalam menyangkan Pemberitaan Kriminal pada Portal Waspada.co.id ?

D. Tujuan Penelitian

Adapun tujuan penelitian ini, sebagai berikut:

1. Untuk mengetahui bagaimana Strategi Kebijakan Redaksional Pemberitaan Kriminal Pada Portal Waspada.co.id dalam meningkatkan minat baca.
2. Untuk mengetahui faktor apa saja yang menjadi Hambatan Redaksional dalam menyangkan Pemberitaan Kriminal pada Portal Waspada.co.id.

E. Manfaat Penelitian

Penelitian ini memiliki manfaat, sebagai berikut:

1. Hasil penelitian ini dapat memberikan manfaat sebagai bahan pembelajaran atau referensi dalam kajian ilmu komunikasi, serta menjadi

sebuah jawaban bagaimana suatu media dalam membuat strategi pemberitaan.

2. Penelitian ini diharapkan dapat menjadi referensi bagi penelitian-penelitian selanjutnya, baik penelitian-penelitian yang terkait maupun penelitian yang bersifat sama.
3. Penelitian ini diharapkan dapat menjadi sumber informasi bagi masyarakat untuk yang membaca berita di Waspada.co.id agar dapat mengetahui informasi terkini.



BAB II

LANDASAN TEORI

A. Pengertian Strategi

Menurut Gluek dan Jauch dalam buku Megawati (2011) Kata strategi berasal dari turunan kata bahasa Yunani, *Strategos* yang dapat diterjemahkan sebagai komandan militer pada zaman demokrasi *Athena*. Strategi adalah cara untuk mencapai tujuan jangka panjang. Strategi adalah rencana yang disatukan, luas dan berintegrasi yang menghubungkan keunggulan strategi organisasi dengan tantangan lingkungan, yang dirancang untuk memastikan bahwa tujuan utama dapat dicapai melalui pelaksanaan yang tepat oleh organisasi.

Menurut Skinner dalam buku Akdon (2009:4) mengemukakan bahwa strategi merupakan filosofis yang berkaitan dengan alat untuk mencapai tujuan. Strategi merupakan pendekatan secara keseluruhan yang berkaitan dengan pelaksanaan gagasan, perencanaan, dan sebuah aktivitas dalam kurun waktu tertentu. Di dalam strategi yang baik terdapat koordinasi tim kerja, memiliki tema, mengidentifikasi faktor-faktor pendukung yang sesuai dengan prinsip-prinsip pelaksanaan gagasan secara rasional, efisien dalam pendanaan, dan memiliki taktik untuk mencapai tujuan. Strategi sangat penting untuk menentukan kesuksesan organisasi dengan menggunakan manajemen strategi, manajer pada semua tingkat dari suatu perusahaan/organisasi dapat berinteraksi dalam menyusun perencanaan strategi dan mengimplementasikan strategi.

B. Komunikasi Massa

1. Pengertian Komunikasi Massa

Menurut Bittner dalam buku Rakhmat (2003: 188) Komunikasi Massa adalah pesan yang dikomunikasikan melalui media massa pada sejumlah orang (*mass communication is messages communicated through a mass medium to a large number of people*).

Menurut Gerbner (1967) "*mass communication is the tehnologically and institutionally based production and distribution of the most broadly shared continuous flow of messages in industrial societies*". Komunikasi massa adalah produksi dan distribusi yang berlandaskan teknologi dan lembaga dari arus pesan yang kontinyu serta paling luas dimiliki orang dalam masyarakat indsutri.

Komunikasi massa itu menghasilkan suatu produk berupa pesan-pesan komunikasi. Produk tersebut disebarkan didistribusikan kepada khalayak luas secara terus menerus dalam jarak waktu yang tetap, misalnya harian, mingguan, atau bulanan. Proses memproduksi pesan tidak dapat dilakukan oleh perorangan, melainkan harus oleh lembaga, dan membutuhkan suatu teknologi tertentu, sehingga komunikasi massa akan banyak dilakukan oleh masyakat industri.

Menurut Joseph A. Devito dalam buku Effendy (1986: 26) Komunikasi massa merupakan penjelasan tentang pengertian massa serta tentang media yang digunakannya. Ia mendefenisikan dalam dua item, yakni: "Pertama, komunikasi massa adalah komunikasi yang ditujukan kepada massa, kepada khalayak yang luar biasa banyaknya. Ini tidak berarti bahwa khalayak meliputi seluruh penduduk atau semua orang yang menonton televisi, tetapi ini berarti bahwa khalayak itu

besar dan pada umumnya agak sukar untuk didefenisikan. Kedua, komunikasi massa adalah komunikasi yang disalurkan oleh pemancar-pemancar yang audio dan visual. Komunikasi massa barang kali akan lebih mudah mudah dan lebih logis bila didefenisikan menurut bentuknya: televisi, radio siaran, surat kabar, majalah, dan film.

2. Fungsi Komunikasi Massa

Komunikasi massa umumnya memiliki berbagai fungsi dan manfaat bagi setiap pembacanya. Fungsi komunikasi massa antara lain sebagai berikut:

a. Fungsi Informasi

Artinya bahwa media massa adalah penyebar informasi bagi pembaca, pendengar, atau pemirsa. Berbagai informasi dibutuhkan oleh khalayak media massa yang bersangkutan sesuai dengan kepentingannya. Khalayak sebagai makhluk sosial akan selalu merasa haus akan informasi yang terjadi karena mereka ingin mendapatkan informasi tentang peristiwa yang terjadi di muka bumi, gagasan atau pikiran orang lain, apa yang dilakukan, diucapkan atau dilihat orang lain.

b. Fungsi Penafsiran

Media massa tidak hanya memasok fakta dan data, tetapi juga memberikan penafsiran terhadap kejadian-kejadian penting. Organisasi atau industri media memilih dan memutuskan peristiwa-peristiwa yang dimuat atau ditayangkan. Penafsiran ini berbentuk komentar dan opini yang ditujukan kepada khalayak pembaca, serta dilengkapi *perspektif* (sudut pandang) terhadap berita yang disajikan.

c. Fungsi Pengawasan

Fungsi Pengawasan peringatan terjadi ketika media massa menginformasikan tentang ancaman dari angin topan, meletusnya gunung merapi, kondisi yang memperhatikan, tayangan inflasi atau adanya serangan militer. Peringatan ini dengan serta merta dapat menjadi ancaman. Sebuah televisi mengelola program untuk menayangkan sebuah peringatan atau menayangkannya dalam jangka panjang. Sebuah surat kabar memuat secara berseri, bahaya polusi, udara, dan pengangguran. Kendati banyak informasi yang menjadi peringatan atau ancaman serius bagi masyarakat yang dimuat oleh media, banyak pula orang yang tidak mengetahui tentang ancaman itu.

d. Fungsi Pendidikan

Media massa merupakan sarana pendidikan bagi khalayaknya (*mass education*). Karena media massa banyak menyajikan hal-hal yang sifatnya mendidik. Salah satu cara mendidik yang dilakukan media massa adalah melalui pengajaran nilai, etika, serta aturan-aturan yang berlaku kepada pemirsa atau pembaca. Media massa melakukannya melalui drama, cerita, diskusi dan artikel.

4. Karakteristik Komunikasi Massa

Komunikasi massa mempunyai ciri-ciri khusus atau karakteristik yang disebabkan oleh sifat-sifat komponennya. Karakteristik komunikasi massa tersebut adalah sebagai berikut:

- a. Pesan pada Komunikasi Massa Bersifat Umum, Artinya komunikasi massa itu ditujukan untuk semua orang dan tidak ditujukan untuk sekelompok orang tertentu. Oleh karenanya, pesan komunikasi massa bersifat umum. Pesan komunikasi massa dapat berupa fakta, peristiwa atau opini. Namun tidak semua fakta dan peristiwa yang terjadi disekeliling kita dapat dimuat dalam media massa. Pesan komunikasi massa yang dikemas dalam bentuk apa pun harus memenuhi kriteria penting atau menarik, atau penting sekaligus menarik, bagi sebagian besar komunikan.
- b. Komunikan Komunikasi massa Anonim dan Heterogen. Artinya didalam komunikasi massa komunikator tidak mengenal komunikan (anonim) karena komunikasinya menggunakan mediadan tidak tatap muka. Disamping anonim, komunikan komunikasi massa adalah heterogen, karena terdiri dari berbagai lapisan masyarakat yang berbeda, yang dapat dikelompokkan berdasarkan faktor: usia, jenis kelamin, pendidikan, pekerjaan, latar belakang budaya, agama, dan tingkat ekonomi.
- c. Media massa menimbulkan Keserempakan, Artinya kelebihan komunikasi massa dibandingkan dengan komunikasi lainnya yaitu jumlah sasaran khalayak atau komunikan yang dicapainya relatif banyak dan tidak terbatas. Bahkan lebih dari itu, komunikan yang banyak tersebut secara serempak pada waktu yang bersamaan memperoleh pesan yang sama pula. Keserempakan media massa itu sebagai keserempakan kontak dengan jumlah besar penduduk tersebut satu sama lainnya berada dalam keadaan terpisah.

d. Komunikasi Massa Bersifat Satu Arah

Selain ada ciri yang merupakan keunggulan komunikasi massa dibandingkan dengan komunikasi lainnya, ada juga ciri komunikasi massa yang merupakan kelemahannya. Karena komunikasinya melalui media massa, maka komunikator dan komunikannya tidak dapat melakukan kontak langsung. Komunikator aktif menyampaikan pesan, komunikan pun aktif menerima pesan, namun diantara keduanya tidak dapat melakukan dialog sebagaimana halnya terjadi dalam komunikasi interpersonal. Dengan kata lain, komunikasi massa itu bersifat satu arah.

C. Media Massa

1. Pengertian Media Massa

Menurut Bungin (2006:72) Media massa merupakan sarana menyebarkan informasi kepada masyarakat, media massa diartikan sebagai media komunikasi dan informasi yang melakukan penyebaran informasi secara masal dan dapat diakses oleh masyarakat banyak, ditinjau dari segi makna, media massa merupakan alat atau sarana untuk menyebarkan isi berita, opini, komentar, hiburan, dan lain sebagainya.

Menurut Canggara (2010:123,126) Media massa adalah alat atau sarana yang digunakan untuk penyampaian pesan dari komunikator kepada khalayak, sedangkan pengertian media massa sendiri alat yang digunakan dalam penyampaian pesan dari sumber kepada khalayak dengan menggunakan alat-alat komunikasi seperti surat kabar, film, radio dan televisi.

Sedangkan Shirley Biagi (2010:10) menyebutkan tiga konsep penting tentang media massa yaitu:

1. Media massa adalah suatu bentuk usaha yang berpusat pada keuntungan.
2. Perkembangan dan perubahan dalam pengiriman dan pengonsumian media massa, dipengaruhi oleh perkembangan teknologi.
3. Media massa senantiasa mencerminkan sekaligus mempengaruhi kehidupan masyarakat, dunia politik, dan budaya.

Dari penjelasan diatas dapat ditarik kesimpulan, media massa merupakan satu alat untuk menyebarluaskan kepada khalayak yang luas berjumlah banyak. Media massa juga sangat efektif dalam melakukan komunikasi massa karena dapat mengubah sikap dan perilaku komunikannya.

2. Jenis-Jenis Media Massa

Adapun jenis-jenis media massa pada masyarakat luas saat ini dapat dibedakan atas tiga kelompok , yaitu:

1. Media cetak

Media cetak merupakan media tertua yang ada dimuka bumi, media cetak berawal dari media yang disebut dengan *Acta Diurna* dan *Acta Senatus* di kerajaan romawi, kemudia berkembang pesat setelah Johanes Guttenberg menemukan mesin cetak, hingga kini beragam bentuknya, seperti koran, tabloit dan majalah.

2. Media Elektronik

Media Elektronik muncul karena perkembangan modern yang berhasil memadukan konsep media cetak, berupa penulisan naskah dengan suara (radio), bahkan kemudian dengan gambar melalui layar televisi. Maka

kemudian, yang disebut dengan media massa elektronik adalah radio dan televisi.

3. Media *Online*

Media *online* merupakan media yang menggunakan internet. Sepintas lalu orang akan menilai media online merupakan media elektronik, tetapi para pakar memisahkannya dalam kelompok tersendiri. Alasannya, media *online* menggunakan gabungan proses media cetak dengan menulis informasi yang disalurkan melalui sarana elektronik, tetapi juga berhubungan dengan komunikasi personal yang terkesan perorangan.

3. Fungsi Media Massa

Menurut Dennis Mc Quail (1987) (Nurudin, 2016:34) memberikan beberapa asumsi pokok tentang fungsi atau peran media dalam kehidupan masyarakat saat ini, antara lain:

- a. Media merupakan sebuah industri. Media berkembang seiring dengan berkembangnya teknologi dan menciptakan lapangan pekerjaan, barang, dan jasa. Disisi lain industri media diatur oleh masyarakat.
- b. Media berperan sebagai sumber kekuatan yaitu alat kontrol manajemen dan inovasi dalam masyarakat. Komunikator menjadikan media sebagai pengganti kekuatan, tameng, atau sumber daya lainnya, dalam kehidupan nyata.
- c. Media menjadi wadah informasi yang menampilkan peristiwa-peristiwa kehidupan masyarakat, baik dalam negeri maupun internasional.
- d. Media berperan sebagai wahana pengembangan budaya. Melalui media seseorang dapat mengembangkan pengetahuannya akan budaya lama,

maupun memperoleh pemahaman tentang budaya baru. Misalnya gaya hidup dan tren masa kini bisa didapatkan dari informasi media.

- e. Media menyuguhkan nilai-nilai dan penilaian normatif yang dikombinasikan dengan berita dan tayangan hiburan. Media telah menjadi sumber dominan bagi individu dan kelompok masyarakat.

D. New Media

1. Pengertian New Media

Teori media baru merupakan sebuah teori yang dikembang oleh Pierre Levy, yang mengemukakan bahwa media baru merupakan teori yang membahas mengenai perkembangan media. Dalam teori media baru, terdapat dua pandangan, pertama, yaitu pandangan interaksi sosial, yang membedakan media menurut kedekatannya dengan interaksi tatap muka. Pierre Levy memandang *World Wide Web* (WWW) sebagai sebuah lingkungan informasi yang terbuka, fleksibel, dan dinamis, yang memungkinkan manusia mengembangkan orientasi pengetahuan yang baru dan juga terlibat dalam dunia demokratis tentang pembagian mutual dan pemberian kuasa yang lebih interaktif dan berdasarkan pada masyarakat.

Menurut Djamal&Fachruddin (2013:37). Media baru adalah istilah yang dimaksudkan untuk mencakup kemunculan era digital, komputer, atau jaringan teknologi informasi dan komunikasi di akhir abad ke-20. Sebagian besar teknologi yang di gambarkan sebagai media baru adalah digital. Sering kali memiliki karakteristik dapat dimanipulasi, bersifat jaringan, padat, mampat, interaktif dan tidak memihak. Media baru bukanlah televisi, film, majalah, buku, atau publikasi berbasis kertas. Tetapi penggabungan antara teknologi telekomunikasi, teknologi

komputer, dan teknologi media massa merupakan konvergensi media adalah ruang lingkup *new media*.

Defenisi lain mengemukakan, media baru merupakan digitalisasi yang mana sebuah konsep pemahaman dari perkembangan zaman mengenai teknologi dan sains, dari semua yang bersifat manual menjadi otomatis dan dari semua yang bersifat manual menjadi otomatis dan dari semua yang bersifat rumit menjadi ringkas.

2. Karakteristik *New Media*

Rogers dalam bukunya *Communication Technology, The New Media in Society* (1986: 4-6) menyebut tiga karakteristik yang menandai media baru, yaitu:

1. *Interactivity*

Interactivity merupakan kemampuan sistem komunikasi baru dalam memberi *talk back* bagi penggunanya. Williams et al. (1988) juga menyatakan sifat *interactivity* “*the degree to wich participants in the communication process have control over, and exchange roles in their mutual discourse*”. Dengan kata lain, media baru mempunyai sifat interaktif yang tingkatannya hampir sama atau mendekati tingkat interaktif pada komunikasi interpersonal. Sifat interaktif ini merupakan kualitas yang diharapkan dari sistem komunikasi karena perilaku komunikasi diharapkan dapat lebih akurat, efektif dan lebih memuaskan.

2. *De-Massification*

Suatu pesan dapat dirubah setiap individu dalam *audience* yang besar.

De-massification ini juga berarti sebagai kontrol sistem komunikasi

yang bergeser dari produsen pesan ke konsumen media. Hal ini yang membedakan dengan media massa, dimana kontrol atas isi pesan dikuasai oleh produsen pesan. Sifat demasifikasi ini memiliki kemampuan memberikan informasi yang spesifik, sesuai dengan keinginan penggunanya. Pengindividualisasian ini menyakamkan media baru dengan komunikasi interpersonal.

3. *Asynchronity*

Menurut Ruggiero (2007) Media baru mempunyai kemampuan mengirim dan menerima pesan dalam waktu yang dikehendaki individu. Sifat ini juga memperlihatkan partisipan komunikasi tidak memerlukan waktu yang bersamaan dalam mengirim dan menerima pesan. Sebagaimana juga dinyatakan Chamberlain “*the ability of an individual to send, receive, save, or retrieve messages at her or his convenience*”. Penggeseran waktu (*time shifting*) ini merupakan salah satu kemampuan teknologi komunikasi baru. Berbagai fitur yang dimiliki media baru seperti *voice mailbox*, sms atau email memungkinkan pesan untuk disimpan jika penerima sedang tidak dalam kondisi siap menerima pesan. Hal ini berarti individu memiliki kemampuan untuk mengatur waktu dan suasana yang tepat ketika mengirim, menerima, menyimpan atau mendapatkan kembali pesan tersebut.

E. *Media Online*

Media *Online* disebut juga *cyber media* (media siber), Internet media (media internet) dan *new media* (media baru) dapat diartikan sebagai media yang tersaji secara *online* di situs web (*website*) internet. Pedoman Pemberitaan Media

Siber (PPMS) yang dikeluarkan Dewan Pers mengartikan media siber sebagai “segala bentuk media yang menggunakan wahana internet dan melakukan kegiatan jurnalistik , serta memenuhi persyaratan Undang-Undang Pers dan Standar Perusahaan Pers yang ditetapkan Dewan Pers”.

Media *Online* bisa dikatakan sebagai media “generasi ketiga” setelah media cetak (*printed media*) dan media elektronik (*electronic media*). Media *online* merupakan produk jurnalistik online atau *cyber journalism* yang didefinisikan sebagai “pelaporan fakta atau peristiwa yang diproduksi dan didistribusikan melalui internet.

Dalam perspektif studi media atau komunikasi massa, media online menjadi obyek kajian teori “media baru” (*new media*), yaitu istilah yang mengacu pada permintaan akses ke konten (isi atau informasi) kapan saja, dimana saja, pada setiap perangkat digital serta umpan balik pengguna interaktif, partisipasi kreatif dan pembentukan komunitas sekitar konten media, juga aspek generasi “*real time*”.

1. Jenis-Jenis Media *Online*

Seperti yang sudah disebutkan pada pengertian media *online*, cara kerja penyebaran informasi media *online* ialah memakai internet. Berdasarkan cara publikasinya, media *online* dapat dibagi menjadi beberapa jenis, yaitu:

- a. Situs berita *edisi online* dari media cetak surat kabar atau majalah. Seperti *republika online*, *kompas cybermedia*, *media-indonesia.com*, *seputar-indonesia.com*, *pikiran-rakyat.com*, dan *tribunjabar.co.id*.
- b. Situs berita berupa edisi online media penyiaran radio, seperti Radio Australia (*radioaustralia.net.au*) dan Radio Naderland (*rnw.nl*).

- c. Situs berita berupa *edisi online* media penyiaran televisi, seperti CNN.com, metrotvnew.com dan liputan6.com.
- d. Situs *berita online* murni yang tidak terkait dengan media cetak atau elektronik, seperti antaranews.com, detik.com, dan *VIVA News*.
- e. Situs indeks berita yang hanya memuat link-link berita dari situs berita lain, seperti *Yahoo! News*, Plasa.msn.com, *NewsNow*, dan *Google News*.

F. Teori Agenda Setting

Menurut Nurddin (2007:195) *Agenda setting theory* (teori penyusunan/penentuan agenda) mulai dirintis sejak tahun 1968, ketika berlangsungnya penelitian tentang kampanye pemilihan presiden Amerika Serikat. Penelitian ini berhasil menemukan hubungan yang tinggi antara penekanan berita dengan bagaimana berita itu dinilai tingkatannya oleh pemilih yang kemudian menjadi hipotesis teori agenda setting, meningkatnya nilai penting topik tersebut bagi khalayak.

Menurut Bungin (2006:279) Hasil penelitian inilah yang kemudian menjadi fenomena utama bagi Maxwell McComb dan Donald L.Shaw dalam melahirkan teori agenda setting pada tahun 1972. Yang dipublikasikan pertama kali dengan judul "*The Agenda Setting Function of the Mass Media*" *Public Opinion Quarterly* No.37. Sebagai ilmuwan yang pertama sekali menguji teori ini, Maxwell McComb dan Donald L Shaw kemudian menjadi tokoh utama dibalik teori ini, yang empat tahun setelah penelitiannya (1968-1972) baru mengumumkan kepublik, bahwa risetnya itu menguatkan hipotesis hingga keduanya sepakat menamakan teori tersebut sebagai *agenda setting theories*.

1. Pengertian Teori Agenda *Setting*

.Menurut Maxwell E. McCombs dan Donald L. Shaw dalam buku Nurddin (2007:195) percaya bahwa media massa bahwa media massa memiliki kemampuan untuk mentasfer hal yang menonjol yang dimiliki sebuah berita dari *news agenda* mereka kepada *public agenda*. Pada saatnya, media massa mampu membuat apa yang penting menurutnya, menjadi penting pula bagi masyarakat.

Menurut Bernard C. Cohen dalam buku Baran dan Dennis (2007:13) *agenda setting theory* adalah teori yang menyatakan bahwa media massa berlaku merupakan pusat penentuan kebenaran dengan kemampuan media massa untuk mentransfer dua elemen yaitu kesadaran dan informasi kedalam agenda publik dengan mengarahkan kesadaran publik serta perhatiannya kepada isu-isu yang dianggap penting oleh media massa. Dikemukakannya bahwa “pers mungkin tidak berhasil banyak waktu dalam menceritakan orang-orang yang berfikir, tetapi berhasil mengalihkan para pemirsa dalam berpikir tentang apa”.

Menurut Littlejohn & Foss (2009: 416) mengemukakan bahwa *agenda setting theory* adalah teori yang menyatakan bahwa media membentuk gambaran atau isu yang penting dalam pikiran. Hal ini terjadi karena media harus selektif dalam melaporkan berita. Saluran membuat pilihan tentang apa yang harus dilaporkan dan bagaimana melaporkannya. Apa yang masyarakat ketahui pada waktu tertentu merupakan hasil dari penjagaan gerbang oleh media.

Berdasarkan pengertian-pengertian diatas, dapat dikemukakan bahwa *agenda setting theory* membicarakan tentang peran besar media massa dalam menentukan agenda orang-orang yang terkena informasi tersebut. Masyarakat menjadi terbiasakan dengan berita-berita yang disampaikan media, sehingga

media menjadi bahan pembicaraan dalam pergaulan sehari-hari. Berita atau informasi yang disampaikan media tersebut bukan saja hanya sebagai ilmu atau pengetahuan bagi masyarakat, tetapi bahkan bisa mengubah gaya hidup, perilaku, ataupun sikap masyarakat.

G. Penelitian Terdahulu

Adapun penelitian terdahulu dilakukan oleh peneliti lain, dan memiliki kemiripan dengan penelitian yang akan dilakukan oleh peneliti, antara lain:

1. Wji Agustin Sasmita 2019 pada skripsi dengan judul “Strategi Redaksi Tirto.ID dalam Penyajian Berita di Media *Online*”. Hasil dari penelitian ini menunjukkan strategi muncul karena adanya disrupsi informasi, berikut strategi atau perlawanan diantaranya, kecepatan bukan yang utama dalam hal jurnalisme online, prinsip jurnalistik (pentingnya penerapan *cover both side*, kedalaman berita lebih penting dari pada banyaknya jumlah perhari, dan iklan bukan target utama. Strategi redaksi tersebut tercermin dari visi Sapto Anggoro sebagai pemimpin redaksi, untuk membangun peradaban baru jurnalisme online di Indonesia. Selain itu, Tirto.id juga tidak memandang iklan sebagai tujuan utama. Selain itu, strategi redaksi Tirto.id dalam penyajian berita diimplementasikan kedalam beberapa cara, menarik pembaca dengan melalui infografik ditiap beritanya dan memaksimalkan saluran-saluran media sosial.
2. Sri Melati Utari 2019 pada skripsi dengan judul “Kebijakan Redaksional Media Kincir.com Pada Sub Kanal *Cinema di Channel Youtube*”. Hasil dari penelitian ini menunjukkan dalam proses produksi

atau menentukan konten berpijak pada kriteria yang sudah ditentukan, yakni setiap video yang akan di publikasikan di *channel* youtube, harus memiliki nilai berita dan menghibur yang sesuai dengan segmentasi penonton, sehingga video-video yang diberikan oleh tim redaksi, sesuai dengan apa yang dibutuhkan para *subscriber* atau penontonnya. Bahasa yang digunakan saat memberikan informasi menggunakan bahasa yang santai karena menyesuaikan segmentasi untuk generasi z atau milenial agar yang menontonnya tidak merasa bosan. Agung Rusmana selaku *Head of Content* memberikan wewenang kepada tim redaksi terutama produser *Cinema club*, sehingga tim redaksi memiliki hak secara penuh untuk mengelola dan menentukan konten seperti apa yang ingin dibahas di sub kanal *Cinema Club*.

3. Ulfayani 2018 pada skripsi dengan judul “Strategi Kebijakan Redaksional Rubik Ekobis Dalam Menarik Pembaca di Makasar.terkini.id”. Hasil dari penelitian ini menunjukkan. Strategi kebijakan redaksional makasar.terkini.id yang dilakukan untuk menarik pembaca yakni perubahan dari cetak ke digital. Selain itu makasar.terkini.id mulai melebarkan sayapnya diberbagai daerah di luar pulau silawesi dengan membuat portal-portal online di antaranya samarinda.terkini.id meluncurkan aplikasi launcher yang bisa didownload melalui *playstore*, cukup dengan mengetik makasar terkini pada laman makasar.terkini.id juga bisa dijumpai diberbagai link seperti Babe (baca berita), *UC news*, *Facebook*, dan *instagram*.

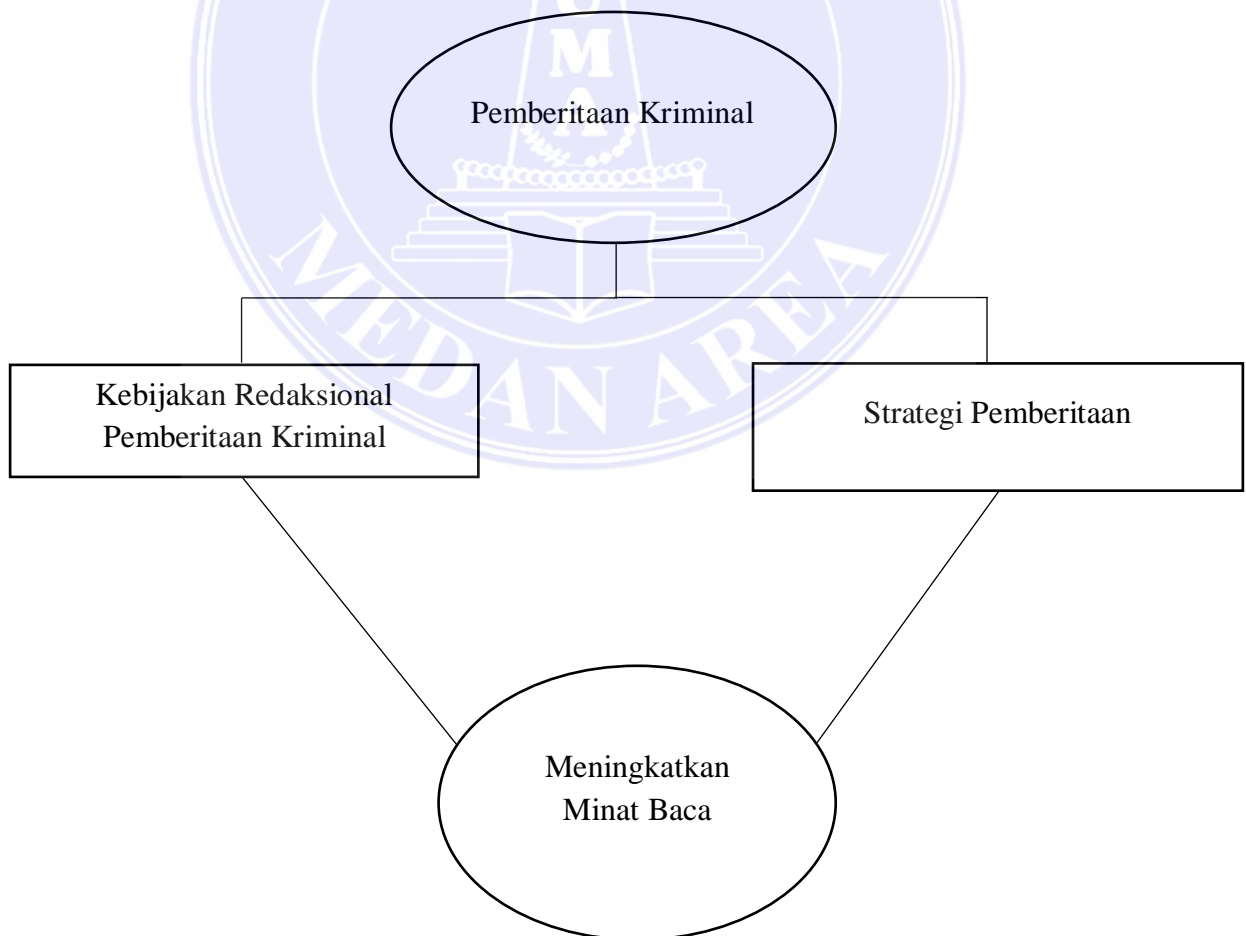
4. Lalita Hanif, Putri Ayu Hidayatur Rafiqoh, dan Bachruddin Ali Ahmad 2021 pada jurnal kajian jurnalisme, vol 02, No.20. dengan judul “Kebijakan Redaksional Radar Banjarmasin pada Pemberitaan Kasus Covid-19 di Kalimantan Selatan”. Hasil dari penelitian ini menunjukkan bahwa faktor penentu ada dalam kebijakan redaksi radar Banjarmasin dalam memberitakan kasus Corona di Kalimantan Selatan, yaitu faktor individual dari wartawan dan tim redaksi berupa latar pendidikan. Kemudian adanya faktor organisasi bahwa terdapat struktur yang jelas di radar Banjarmasin disertai *jobdesk* pada masing-masing karyawan. Kemudian ada faktor rutinitas berupa *news room* baik melalui *group whatsapp* maupun tatap muka untuk membahas peliputan berita, *listing* hingga laporan berita yang ditulis hingga evaluasi. Yang terakhir yakni faktor ekstra media yaitu pengiklan, pemilik media dan pemerintah yang mempengaruhi sebuah kebijakan redaksional dan ideologi dari radar Banjarmasin selama kasus Covid-19.
5. Syahrina Mutmainnah. 2016. Pada skripsi dengan judul “Strategi Penyajian Berita pada Portal Fajar *Online.com*”. Hasil dari penelitian ini menunjukkan. Strategi redaksi Fajar *Online.com* menjaga akurasi berita terkait kecepatan penyajian berita yakni: meningkatkan kembali wartawan terkait masalah akurasi berita biasanya pada rapat redaksi, menyingkat berita pada bagian yang terpenting, jika ingin membaca berita lebih banyak bisa berlangganan *e-paper* memanfaatkan sosial

media, memberikan *reward* kepada berita yang paling populer maka poin yang didapatkan akan di kali dua.

H. Kerangka Pemikiran

Kerangka pemikiran adalah narasi atau uraian atau pernyataan (paraphrase) tentang kerangka konsep pemecahan masalah yang telah diidentifikasi atau dirumuskan.

Menurut Polancik (2009:18) kerangka pemikiran adalah suatu diagram yang menjelaskan secara garis besar alur logika berjalannya sebuah penelitian, kerangka pemikiran dibuat berdasarkan pertanyaan penelitian (*research*), dan mempresentasikan suatu himpunan dan beberapa konsep serta hubungan di antara konsep – konsep tersebut.



BAB III

METODOLOGI PENELITIAN

A. Metode Penelitian

Menurut Krik & Miller (1986: 9) mendefinisikan bahwa penelitian kualitatif adalah tradisi tertentu dalam ilmu pengetahuan sosial yang secara fundamental bergantung dari pengamatan pada manusia baik dalam kawasannya maupun dalam peristilahannya. Hal tersebut mengidentifikasi hal-hal yang relevan dengan makna baik dalam beragamnya keadaan dunia, kebergaman manusia, beragam tindakan, beragam kepercayaan dan minat dengan berfokus pada perbedaan bentuk-bentuk hal yang menimbulkan perbedaan makna.

B. Sumber Data

Sumber data merupakan bagian yang sangat penting bagi peneliti, karena ketepatan dalam memilih dan menentukan jenis sumber data akan menentukan ketepatan, kedalaman dan kelayakan informasi yang diperoleh. Sebuah data tidak akan mungkin dapat diperoleh tanpa sumber data. Adapun jenis sumber data, sebagai berikut:

1. Data Primer

Sumber data primer yaitu data yang langsung dikumpulkan oleh peneliti dari sumber pertama. Adapun yang menjadi sumber data primer dalam penelitian ini yaitu wawancara Wakil Pimpinan Redaksi, Redaktur Pelaksana, dan Pembaca Portal Waspada.co.id.

2. Data Skunder

Sumber data skunder adalah data yang mengacu pada informasi yang dikumpulkan dari sumber yang telah ada. Data skunder merupakan data yang sifatnya mendukung keperluan data primer seperti, buku-buku, dokumen, situs-situs, buku-buku atau karya ilmiah yang berhubungan dengan penelitian.

Sumber data dalam penelitian kualitatif biasanya meliputi narasumber (*informan*), tempat atau lokasi mana yang kita pilih sebagai sumber data.

A. Informan Penelitian

Peneliti mendapatkan sumber data dari beberapa narasumber yaitu Wakil Pimpinan Redaksi Waspada.co.id, Redaktur Pelaksana Waspada.co.id, dan Pembaca Portal Waspada.co.id. Melalui beberapa *informan* tersebut peneliti mendapatkan informasi yang menyangkut objek yang diteliti. Adapun narasumber yang dipilih berkaitan dengan pokok masalah yang telah dirumuskan pada bab terdahulu.

1. Informan kunci adalah orang yang mengetahui dan memiliki informasi pokok, yaitu Wakil Pimpinan Redaksi Waspada.co.id berjumlah 1 orang.
2. Informan utama adalah orang yang terlibat secara langsung dalam interaksi sosial yang diteliti, yaitu Redaktur Pelaksana Waspada.co.id berjumlah 1 orang.
3. Informan tambahan adalah orang yang dapat memberikan informasi walaupun tidak langsung terlibat dalam interaksi sosial yang diteliti, yaitu Pembaca Portal Waspada.co.id berjumlah 2 orang.

Untuk jumlah informan dalam penelitian ini sebanyak 4 orang.

B. Lokasi Penelitian

Lokasi penelitian penulis yaitu PT. Waspada *Online* yang berlokasi di Jalan Brigjend Katamso/Letjend Suprpto No.1, Kelurahan Aur, Kecamatan Medan Maimun, Kota Medan, Sumatera Utara. Adapun lokasi yang dipilih berkaitan dengan pokok masalah yang telah dirumuskan pada bab terdahulu.

C. Waktu Penelitian

No	Uraian	Bulan																	
		3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	1	2	3	4	5	6	7	
1	Pengajuan Judul	■																	
2	Bimbingan Skripsi		■		■	■	■	■											
3	Seminar Proposal							■											
4	Bimbingan Skripsi								■	■	■	■	■	■	■	■	■		
5	Pengambilan Data											■							
6	Seminar Hasil															■			
7	Sidang Meja Hijau																		■

Tabel Waktu Penelitian

D. Teknik Pengumpulan Data

Menurut Sugiyono (2008:63), ada empat macam teknik pengumpulan data, yaitu observasi, wawancara, dan dokumentasi.

1. Observasi

Menurut Sugiyono (2008:226) Dalam penelitian kualitatif, teknik pengumpulan data yang utama adalah observasi. Alasan peneliti melakukan observasi adalah untuk menyajikan gambar realistik perilaku atau kejadian, untuk menjawab pertanyaan, untuk membantu mengerti perilaku manusia dan untuk evaluasi yaitu melakukan pengukuran terhadap aspek tertentu melakukan umpan balik terhadap pengukuran tersebut. Melalui observasi, peneliti belajar tentang perilaku dan makna perilaku tersebut.

2. Wawancara

Menurut Sutpo (2006:72) Wawancara merupakan alat *rechecking* atau pembuktian terhadap informasi atau keterangan yang diperoleh sebelumnya. Teknik wawancara yang digunakan dalam penelitian kualitatif adalah wawancara mendalam. Wawancara mendalam (*in-deph interview*) adalah proses memperoleh keterangan untuk tujuan penelitian dengan cara tanya jawab sambil bertatap muka antara pewawancara dengan informan atau orang yang diwawancarai, dengan atau tanpa menggunakan pedoman (*guide*) wawancara, dimana pewawancara dan informan terlibat dalam kehidupan sosial yang relatif lama.

3. Dokumentasi

Menurut Sugiyono (2008:83) Dokumen merupakan catatan peristiwa yang sudah berlalu. Dokumen bisa berbentuk tulisan, gambar, atau karya dari seseorang. Menurut Sugiyono, studi dokumen merupakan pelengkap dari penguna

metode observasi dan wawancara dalam penelitian kualitatif. Bahkan kredibilitas hasil penelitian kualitatif ini akan semakin tinggi jika melibatkan atau menggunakan studi dokumen ini dalam metode penelitiannya.

Peneliti melengkapi data dengan berupa catatan harian, rekaman dan foto yang berkaitan dengan pokok masalah yang telah dirumuskan pada bab terdahulu.

E. Instrumen Penelitian

Instrumen penelitian adalah alat yang digunakan untuk mendapatkan data. Untuk mendapatkan kualitas data yang mendukung peneliti ketika melakukan observasi, wawancara dan dokumentasi, peneliti juga dibantu beberapa instrumen penelitian, yaitu *smartphone*, alat tulis dan buku catatan harian.

F. Teknik Analisis Data

Analisis data adalah upaya yang dilakukan dengan jalan bekerja dengan data, mengorganisasikan data, memilah-milahnya menjadi satuan yang dapat dikelola, mensistensikan, mencari dan menemukan pola, menemukan apa yang penting dan apa yang dipelajari dan memutuskan apa yang dapat diceritakan kepada orang lain.

Analisis data merupakan langkah setelah proses pengumpulan data selesai dilakukan. Analisis data merupakan bagian terpenting dalam metode ilmiah, karena analisis data digunakan untuk memecahkan masalah penelitian. Data mentah yang dikumpulkan tidak berguna jika tidak dianalisis.

Analisis data dilakukan melalui 3 tahapan yaitu; reduksi data, penyajian data, dan kesimpulan atau Verifikasi.

1. Reduksi Data

Mereduksi data berarti merangkum, memilih hal-hal yang pokok, memfokuskan pada hal-hal yang penting, dicari tema dan polanya dan membuang yang tidak perlu. Reduksi data bisa dilakukan dengan jalan melakukan abstraksi. Abstraksi merupakan usaha membuat rangkuman yang inti, proses dan pernyataan-pernyataan yang perlu dijaga sehingga tetap berada dalam data penelitian. Dengan kata lain proses reduksi data ini dilakukan oleh peneliti secara terus menerus saat melakukan penelitian untuk menghasilkan catatan-catatan inti dari data yang diperoleh dari hasil penggalan data. Tujuan dari reduksi data ini adalah untuk menyederhanakan data yang diperoleh selama penggalan data di lapangan.

2. Penyajian Data

Penyajian data adalah sekumpulan informasi tersusun yang memberi kemungkinan adanya penarikan kesimpulan. Hal ini dilakukan dengan alasan data-data yang diperoleh selama proses penelitian kualitatif biasanya berbentuk naratif, sehingga memerlukan penyederhanaan tanpa mengurangi isinya.

Penyajian data dilakukan untuk dapat melihat gambaran keseluruhan atau bagian-bagian tertentu dari gambaran keseluruhan. Pada tahap ini peneliti berupaya mengklasifikasikan dan menyajikan data sesuai dengan pokok permasalahan.

3. Kesimpulan atau Verifikasi

Kesimpulan atau verifikasi adalah tahap akhir dalam proses analisa data. Pada bagian ini peneliti mengutarakan kesimpulan dari data-data yang telah diperoleh. Kegiatan ini dimaksudkan untuk mencari makna data yang

dikumpulkan dengan mencari hubungan, persamaan, atau perbedaan. Penarikan kesimpulan bisa dilakukan dengan jalan membandingkan kesesuaian pernyataan dari subyek penelitian dengan makna yang terkandung dengan konsep-konsep dasar dalam penelitian tersebut.

G. Triangulasi Data

Triangulasi data adalah teknik pengumpulan data yang bersifat menggabungkan data dan sumber data yang telah ada/ triangulasi data juga digunakan sebagai proses memantapkan derajat kepercayaan (keardibiltas/validasi) dan konsistensi (rehabilitas data, dan bermanfaat juga sebagai alat bantu analisis di lapangan).

Menurut sugiono (2014: 372) mengatakan bahwa triangulasi data sebagai teknik pemeriksaan keabsahan data dengan cara memeanfaatkan sesuatu yang lain di luar data atau sebagai pembanding terhadap data itu sendiri.

BAB V

KESIMPULAN DAN SARAN

A. Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian serta pembahasan yang peneliti sudah rangkum, dan data-data observasi wawancara yang dilakukan oleh peneliti maka dapat ditarik kesimpulan sebagai berikut:

1. Strategi yang dilakukan Waspada.co.id dengan secepat mungkin untuk langsung memberitakan pemberitaan terkini, serta menggunakan bahasa yang dapat menarik minat baca masyarakat terhadap apa yang disajikan pada Waspada.co.id. Strategi lain dari waspada online yaitu melalui sosial media Instagram, Facebook, Twitter, dan Youtube. Dan Waspada.co.id dalam memberitakan pemberitaan kriminal tersebut sesuai dengan peraturan yang ada, dengan tidak menampilkan foto-foto esktrim yang terjadi pada korban. Namun dari strategi yang telah di lakukan ternyata pembaca Waspada.co.id tidak begitu tinggi dalam setiap pemberitaan yang disajikan didalam portal Waspada.co.id, tetapi melalui media sosial Waspada.co.id dapat menarik minat pembaca yang lebih banyak.
2. Adapun faktor yang menjadi penghambat dalam pemberitaan kriminal yaitu mengenai kejadian yang berlangsung di lapangan, harus melakukan wawancara terlebih dahulu konfirmasi ke beberapa pihak, mulai dari pihak

korban, saksi, dan pelaku maupun pihak kepolisian. Yang menjadi permasalahan utama ada beberapa pihak yang tidak berkenan untuk melakukan wawancara, itulah yang membuat pemberitaan kriminal itu tidak dapat langsung diterbitkan.

B. Saran

Dari hasil wawancara yang di lakukan oleh peneliti, adapun saran yang di berikan sebagai berikut:

1. Penulis mengharapkan kepada Waspada.co.id agar mampu terus mempertahankan eksistensi yang dimiliki, serta mampu membuat pembaca terus tertarik dengan berita- berita yang di sajikan di Waspada.co.id. Serta mampu membuat pembaca memiliki tingkat baca yang tinggi untuk membaca portal dari Waspada.co.id. Dan juga terus meningkatkan kualitas berita, meningkatkan kecepatan dalam menerbitkan berita serta menjadi media yang terkini juga terdepan di Kota Medan dan tetap menjadi media yang informatif, edukatif bagi masyarakat .
2. Penulis mengharapkan kepada Waspada.co.id khususnya keredaksian Waspada.co.id agar lebih interaktif juga lebih berusaha kepada narasumber untuk dapat melakukan wawancara langsung dengan narasumber yang berada di lapangan, sehingga bisa membuat pemberitaan yang terjadi pada hari itu secara lengkap serta langsung menerbitkan beritanya.
3. Penulis mengharapkan agar penelitian ini dapat berguna bagi mahasiswa yang melakukan penelitian serupa atau melakukan penelitian selanjutnya sesuai dengan topik yang sama. Peneliti berharap agar topik ini dan pembahasan yang telah dipaparkan dapat menimbulkan rasa keingintahuan untuk mengadakan penelitian selanjutnya yang bersifat sama.

DAFTAR PUSTAKA

Buku :

- Anggito, A. d. (2018). *Metode Penelitian Kualitatif*. Jawa Barat: CV. Jejak.
- Ardianto, K. d. (2017). *Komunikasi Massa Suatu Pengantar*. Bandung: Simbiosis Rekatama Media.
- Siyoto, S. d. (2015). *Dasar Metodologi Penelitian*. Yogyakarta: Literasi Media Publishing.
- Sumar, W. t. (2018). *Strategi Pemimpinan Dalam Pengutan Iklim Sekolah Berbasis Budaya Kearifan Lokal (BUDAYA HUYULA)*. Deepublish.
- Syamsul, R. M. (2018). *Jurnalistik Online Panduan Mengelola Media Online*. Bandung: Nuansa Cendekia.

Karya Ilmiah:

- Anis, L. (2021). Analisi Kohesi dan Koherensi Wacana Dalam Berita Kriminal Pada Media Onlie Kompas.com Edisi April 2020. *Jurnal PENEROKA*, Vol.1, No. 01.
- Elfi, R. Y. (2018). Teori Agenda Setting dalam Ilmu Komunikasi. *Jurnal Simbolika*, Vol.4, No.1 .
- Habibie, K. D. (2018). Dwi Fungsi Media Massa. *Interkasi Jurnal Ilmu Komunikasi*, Vol.7, No. 2.
- Harahap, S. A. (2014). Dampak Berita Kriminal Di TV. *Jurnal Komunikologi*, Vol. 11, No.2.
- Harkandi Woro, M. a. (2016). Audience Measurement Online Pada Televisi (Studi Dekskriptif pada Aplikasi Net. Conntect di Stasiun Televisi Net). *Ikon Jurnal Ilmiah Ilmu Komunikasi*, Vol.XVI, No.3.
- Hanief, Lalita. (2021). Kebijakan Redaksional Radar Banjarmasin pada Pemberitaan Kasus Covid-19 di Kalimantan Selatan. *Kajian Jurnalisme*.Vol.4,No.02.
- Irwan, 1. A. (t.thn.). Kebijakan Redaksional Harian Berita Kota Makassar dalam Penyiaran Berita Kriminal di Makassar. *Jurnal Komunikasi KAREBA*, Vol.2, No.4.
- Murthado, A. (2019). Manajemen Keredaksian di Harian Analisa Medan. *Ilmu Komunikasi dan Kajian Islam*, Vol.6, No.2.

- Murwani, E. (2012). Budaya Partisipatif Suatu Bentuk Literasi Media Baru. *SNIT 2012*, Vol.1, No.1.
- Mutmainnah, Syahrina. 2016. Strategi Penyajian Berita Pada Portal Fajar *Online.Com*. Skripsi Universitas Islam Negeri Alauddin Makassar. Makassar.
- Ulfayani. 2018. Strategi Kebijakan Redaksional Rubik Ekobis dalam Menarik Pembaca di Makassar.terkini.id. Skripsi Universitas Islam Negeri Alauddin Makassar. Makassar.
- Utari, Sri. 2019. Kebijakan Redaksional Media Kincir.com pada Sub Kanal *Cinema Club* di *Channel Youtube*. Skripsi Universitas Prof. Dr. Moestopo Jakarta. Jakarta.
- Pattia, G. (2020). Strategi Manajemen Redaksi Radar Depok. Com dalam Menghadapi Persaingan Di Era Digitalisasi. *Jurnal Sosial dan Humaniora*, Vol.5, No. 9.
- Sasmita, Wijin. 2019. Strategi Redaksi Tirto.id Dalam Penyajian Berita di Media *Online*. Skripsi Universitas Islam Negeri Sunan Ampel Surabaya. Surabaya.
- Sumitro, K. E. (2020). Peran Media Massa Dalam Pengembangan Budaya Akademik Mahasiswa Kabupaten Sumbawa. *Jurnal Ilmu Sosial dan Pendidikan*, Vol.4, No.3.
- Surentu, W. R. (2020). Pentingnya Website Sebagai Media Informasi Destinasi Wisata di Dinas Kebudayaan dan Pariwisata Kabupaten Minahasa. *Acta Diurna Komunikasi*, Vol.2, No.4
- Syamsul, R. M. (2018). *Jurnalistik Online Panduan Mengelola Media Online*. Bandung: Nuansa Cendekia.

Sumber Lain:

<https://waspada.co.id/2022/01/petugas-kebersihan-kota-medan-nyaris-tewas-dibegal/>

<https://waspada.co.id/2022/01/pasutri-sekarat-dipukuli-tetangga-pakai-besi-dititipapan/>

<https://waspada.co.id/2022/01/polisi-tangkap-ayah-setubuhi-anak-kandung/>

<https://waspada.co.id/2022/01/maling-motor-nyaris-tewas-diamuk-massa-di-pasar-marelan/>

<https://waspada.co.id/2022/01/sepeda-motor-jamaah-masjid-muttaqin-digondol-maling-terekam-cctv/>

<https://www.alex.com/siteinfo/waspada.co.id>

https://instagram.com/waspadaonline?utm_medium

<https://m.facebook.com/WaspadaOnline>

<https://mobile.twitter.com/Waspadaonline>

<https://youtube.com/c/WaspadaIdonline>



LAMPIRAN

Dokumentasi Tempat Penelitian



1. Gambar Kantor Waspada.co.id



2. Gambar Wawancara Bersama Bapak Muhammad Agus Utama Sebagai Redaktur Pelaksana Waspada.co.id



3. Gambar Wawancara Bersama Bapak Muhammad Agus Utama Sebagai Redaktur Pelaksana Waspada.co.id



4. Gambar Wawancara Bersama Bapak Austin E.A. Tumengkol Sebagai Wakil Pimpinan Redaksi Waspada.co.id



5. Gambar Wawancara Bersama Bapak Austin E.A. Tumengkol Sebagai Wakil Pimpinan Redaksi Waspada.co.id



6. Gambar Wawancara Bersama Pembaca Portal Waspada.co.id Sri Wahyuni

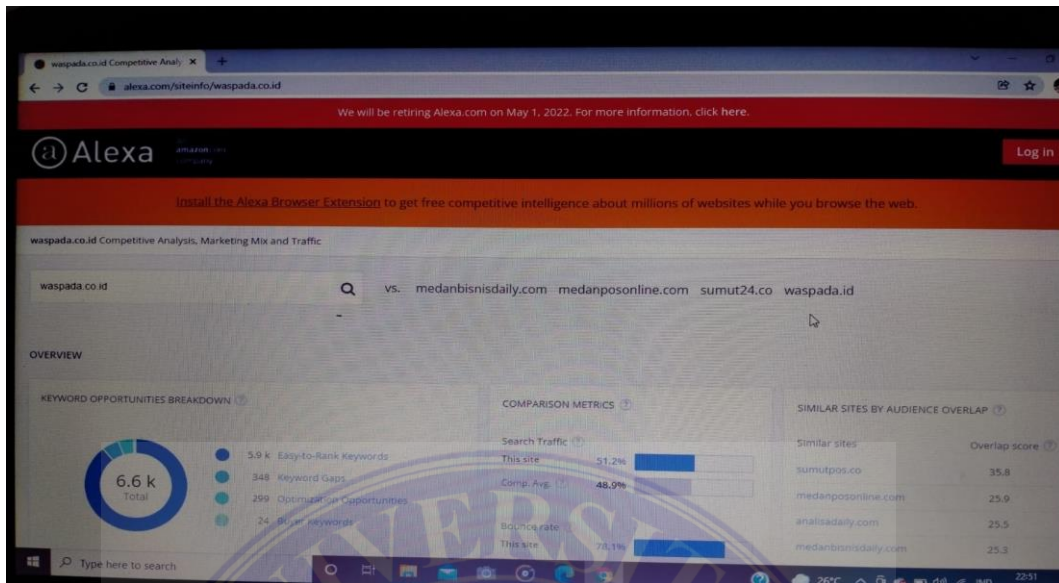


7. Gambar Wawancara Bersama Pembaca Portal Waspada.co.id Nur Rahman AlFurqan

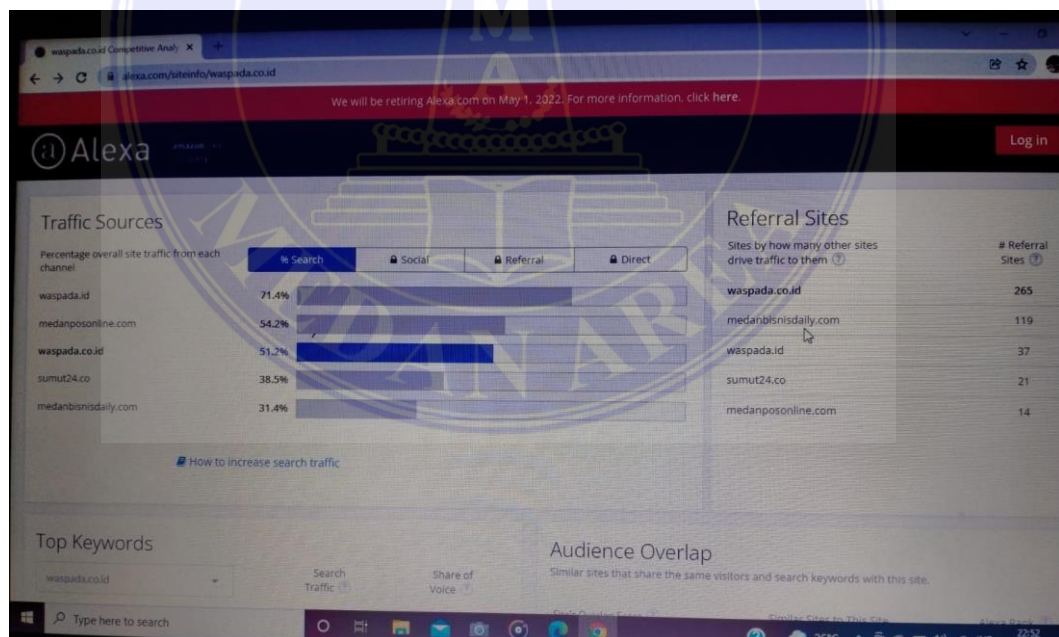


8. Gambar Tampilan Portal Waspada.co.id

<https://waspada.co.id/>



9. Gambar Alexa Rank Waspada.co.id
<https://www.alex.com/siteinfo/waspada.co.id>



10. Gambar *Traffic Sources* Waspada.co.id
<https://www.alex.com/siteinfo/waspada.co.id>



11. Gambar Berita Kriminal Yang Ada Di Waspada.co.id
<https://waspada.co.id/2022/01/petugas-kebersihan-kota-medan-nyaris-tewas-dibegal/>



12. Gambar Berita Kriminal Yang Ada Di Waspada.co.id
<https://waspada.co.id/2022/01/pasutri-sekarat-dipukuli-tetangga-pakai-besi-di-titipapan/>



13. Gambar Berita Kriminal Yang Ada Di Waspada.co.id

<https://waspada.co.id/2022/01/polisi-tangkap-ayah-setubuhi-anak-kandung/>



14. Gambar Berita Kriminal Yang Ada Di Waspada.co.id

<https://waspada.co.id/2022/01/maling-motor-nyaris-tewas-diamuk-massa-di-pasar-marelان/>



15. Gambar Berita Kriminal Yang Ada Di Waspada.co.id

<https://waspada.co.id/2022/01/sepeda-motor-jamaah-masjid-muttaqin-digondol-maling-terekam-cctv/>

PEDOMAN WAWANCARA

Strategi Kebijakan Redaksional Pemberitaan Kriminal pada Portal Waspada.co.id dalam Meningkatkan Minat Baca

A. Identitas Narasumber

Nama:

Jenis Kelamin:

Alamat:

Jabatan:

No.Hp:

B. Daftar Pertanyaan

Bagaimana Strategi Kebijakan Redaksional Pemberitaan Kriminal Pada Portal Waspada.co.id dalam Meningkatkan Minat Baca:


1. Startegi apa saja yang digunakan redaksi Waspada.co.id dalam meningkatkan minat baca berita kriminal ?
2. Bagaimana kebijakan redaksional Waspada.co.id dalam menulis berita kriminal di situs berita Waspada.co.id ?
3. Apakah informasi berita kriminal yang diberikan oleh Waspada.co.id teraktual dan dapat dipercaya?
4. Apakah penulisan berita kriminal yang digunakan Waspada.co.id mudah dipahami ?
5. Mengapa memilih Waspada.co.id dibanding media lain ?

Faktor apa saja yang menjadi hambatan redaksional dalam menyangkan pemberitaan kriminal pada portal Waspada.co.id :

1. Hambatan apa saja yang dihadapi redaksi dalam menyangkan pemberitaan kriminal pada portal Waspada.co.id ?
2. Bagaimana cara Waspada.co.id menghadapi setiap masalah yang terjadi dalam pemberitaan kriminal ?

3. Bagaimana proses pengumpulan berita di Waspada.co.id ?
4. Bagaimana kebijakan redaksional Waspada.co.id dalam menentukan berita kriminal yang layak atau tidak layak di terbitkan ?
5. Bagaimana Waspada.co.id dalam mengatasi persaingan bisnis yang sejenis dengan media lain ?



**UNIVERSITAS MEDAN AREA**
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK
Kampus I : Jalan Kolam Nomor 1 Medan Estate/Jalan PBSI Nomor 1 ☎(061) 7366878, 7360168, 7364348, 7366781, Fax.(061) 7366998 Medan 20223
Kampus II : Jalan Setiabudi Nomor 79 / Jalan Sei Serayu Nomor 70 A, ☎ (061) 8201994, Fax. (061) 8226331 Medan 20122
Website: www.uma.ac.id E-mail: univ_medanarea@uma.ac.id

Nomor : 013 /FIS.3/01.10/II/2022 06 Januari 2022
Lamp : -
Hal : Pengambilan Data/Riset

Kepada Yth,
Pimpinan Redaksi Waspada.co.id
Jl. Letjen Suprpto No. 1, Kelurahan Aur, Kec. Medan Maimun

Dengan hormat,

Bersama ini kami mohon kesediaan Bapak/Ibu untuk memberikan rekomendasi dan kesempatan kepada mahasiswa kami dengan data sebagai berikut :


Nama : Anisa Tiara L.Gaol
N P M : 178530103
Program Studi : Ilmu Komunikasi

Untuk melaksanakan Pengambilan Data/riset ke **Waspada.co.id**, dengan judul Skripsi **Strategi Kebijakan Redaksional Pemberitaan Kriminal Pada Portal Waspada.co.id Dalam Meningkatkan Minat Baca**

Perlu kami sampaikan bahwa penelitian dimaksud adalah semata-mata untuk tulisan ilmiah dan penyusunan skripsi, ini merupakan salah satu syarat bagi mahasiswa tersebut untuk mengikuti ujian sarjana pada Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Medan Area

Selanjutnya kami mohon kiranya dapat memberikan kemudahan dalam pengambilan data yang diperlukan dan surat keterangan yang menyatakan bahwa mahasiswa tersebut telah selesai melaksanakan pengambilan data pada Instansi/lembaga yang Bapak/Ibu pimpin

Demikian kami sampaikan, atas perhatian dan kerjasama yang baik diucapkan terima kasih.


Dekan,
De. Effiaty Juliana Hasibuan, M.Si

CC : File,-

