

**STRATEGI MEDIA MENGOLAH INFORMASI
SOSIAL KEMASYARAKATAN
(STUDI NEWSROOM PADA JAWA POS RADAR
SEMARANG)**



SKRIPSI

Diajukan untuk Memenuhi Sebagian Syarat
Guna Memperoleh Gelar Sarjana Sosial (S.Sos)

**Jurusan Komunikasi dan Penyiaran Islam (KPI)
Konsentrasi Penerbitan Dakwah**

Oleh :

Syafiq Hamzawi

1901026040

**FAKULTAS DAKWAH DAN KOMUNIKASI
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI WALISONGO SEMARANG
2023**

NOTA PEMBIMBING

Lamp. : 1 bendel
Hal : Persetujuan Naskah Skripsi

Kepada Yth.
Dekan Fakultas Dakwah dan Komunikasi
UIN Walisongo Semarang
Di Semarang

Assalamu'alaikum Wr. Wb.

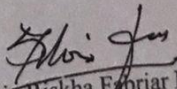
Setelah membaca, mengadakan koreksi dan melakukan perbaikan sebagaimana mestinya, maka kami menyatakan bahwa skripsi saudara:

Nama : Syafiq Hamzawi
NIM : 19010026040
Fakultas : Dakwah dan Komunikasi
Jurusan/ Konsentrasi : KPI/ Penerbitan Dakwah
Judul : Strategi Media Mengolah Informasi Sosial
Kemasyarakatan (Studi Newsroom Pada Jawa Pos Radar
Semarang).

Dengan ini kami setuju, dan mohon agar segera diujikan. Demikian, atas perhatiannya kami ucapkan terima kasih.

Wassalamu'alaikum Wr. Wb.

Semarang, 8 Juni 2023
Dosen Pembimbing


Silvia Riskha Fabriar M.Si
NIP. 198802292019032013

PERNYATAAN

Yang bertanda tangan di bawah ini :

Nama : Syafiq Hamzawi

NIM : 1901026040

Jurusan : Komunikasi dan penyiaran Islam

Dengan ini menyatakan bahwa skripsi yang berjudul "*Strategi Media Mengolah Informasi Sosial Kemasyarakatan (Studi Newsroom Pada Jawa Pos Radar Semarang)*" merupakan hasil karya sendiri yang diajukan untuk memperoleh gelar kesarjanaan di suatu perguruan tinggi di lembaga pendidikan lainnya. Pengetahuan yang diperoleh dari hasil penerbitan manapun yang belum atau tidak diterbitkan, sumbernya dijelaskan di dalam tulisan dan daftar pustaka.

Semarang, 18 Juni 2023

Penulis:



Syafiq Hamzawi
NIM : 1901026040

KATA PENGANTAR

Puji Syukur peneliti panjatkan atas kehadiran Allah SWT yang telah melimpahkan rahmat, taufiq, serta hidayah-Nya sehingga peneliti dapat menyelesaikan skripsi dengan judul “*Strategi Media Mengolah Informasi Sosial Kemasyarakatan (Studi Newsroom Pada Jawa Pos Radar Semarang)*” dengan baik dan lancar. Peneliti menyadari bahwa skripsi ini jauh dari kata sempurna, namun berkat keyakinan, kerja keras, dukungan, motivasi, bimbingan, dan do’a dari berbagai pihak menjadikan penelitian skripsi ini dapat selesai dengan baik. Oleh karena itu, secara khusus peneliti mengucapkan terima kasih kepada :

1. Prof. Dr. H. Imam Taufiq, M.Ag selaku Rektor UIN Walisongo Semarang.
2. Prof. Dr. H. Ilyas Supena, M.Ag selaku Dekan Fakultas Dakwah dan Komunikasi.
3. H. M. Alfandi, M.Ag dan Nilnan Ni’mah, M.Si selaku ketua dan sekretaris program studi Komunikasi dan Penyiaran Islam, Fakultas Dakwah dan Komunikasi.
4. Silvia Riskha Fabriar, M.Si dan Dra. Amelia Rahmi, M.Pd sebagai pembimbing dan wali studi yang bersedia, meluangkan waktu, pikiran, serta tenaga dengan sabar dan ikhlas membimbing, mengarahkan, sekaligus memberikan masukan kepada peneliti dalam proses bimbingan hingga terselesaikannya skripsi ini.
5. Pihak Jawa Pos Radar Semarang yang telah memberian izin peneliti untuk melakukan penelitian disana, terima kasih telah membantu proses penelitian.
6. Kedua orang tua, kakak, saudara dan teman-teman yang senantiasa mendo’akan untuk menyelesaikan tugas akhir dalam perkuliahan.

Semarang, 8 Juni 2023

Peneliti,

Syafiq Hamzawi

NIM. 1901026040

PERSEMBAHAN

Skripsi ini peneliti persembahkan untuk orang-orang yang peneliti sayangi dan cintai, yang telah memberikan peneliti semangat dan dukungan. Orang-orang yang selalu menemani, mendoakan dan mendukung penuh perjuangan peneliti, antara lain :

1. Kedua orang tua yaitu Bapak M. Zaini dan Ibu Sri Tutik, orang tua yang sangat luar biasa, yang selalu mendo'akan, anak yang berpendidikan tinggi, karena kedua orang tua peneliti bukan orang yang berpendidikan tinggi, tapi pendidikan yang diberikan sangat luar biasa, sehingga peneliti mampu menjalani kehidupan seperti saat ini dan pada akhirnya terselesaikannya skripsi ini demi mencapai gelar Sarjana.
2. Lima kakak peneliti yang telah memberikan semangat, doa dan dukungan dalam mencapainya tugas akhir skripsi ini.
3. Almamaterku UIN Walisongo Semarang, terkhusus Fakultas Dakwah dan Komunikasi, prodi Komunikasi dan Penyiaran Islam sebagai tempat peneliti menimba ilmu.
4. Keluarga besar IMT UIN Walisongo Semarang dan Homie Geprek Bawang Ngaliyan yang telah menemani dan memberi pengalaman peneliti selama masa kuliah.
5. *Last but not least, I wanna thank me, I wanna thank me for believing in me, I wanna thank me for doing all this hard work, I wanna thank me for having no days off, I wanna thank me for never quitting, for just being me at all times.*

MOTTO

إِنَّ الَّذِينَ جَاءُوا بِالْإِفْكِ عُصْبَةٌ مِّنْكُمْ لَا تَحْسَبُوهُ شَرًّا لَّكُم بَلْ هُوَ خَيْرٌ لَّكُمْ لِكُلِّ امْرِئٍ مِّنْهُمْ مَا
اَكْتَسَبَ مِنَ الْإِثْمِ وَالَّذِي تَوَلَّى كِبْرَهُ مِنْهُمْ لَهُ عَذَابٌ عَظِيمٌ

Artinya: Sesungguhnya orang-orang yang membawa berita bohong itu adalah dari golongan kamu juga. janganlah kamu kira bahwa berita bohong itu buruk bagi kamu bahkan ia adalah baik bagi kamu. tiap-tiap seseorang dari mereka mendapat Balasan dari dosa yang dikerjakannya. dan siapa di antara mereka yang mengambil bahagian yang terbesar dalam penyiaran berita bohong itu baginya azab yang besar (QS. An-Nur: 11).

ABSTRAK

Syafiq Hamzawi (1901026040), Strategi Media Mengolah Informasi Sosial Kemasyarakatan (Studi Newsroom pada Jawa Pos Radar Semarang).

Media massa sebagai sarana informasi menjadi bagian terpenting bagi kehidupan manusia. Informasi sosial merupakan keterangan yang berisi gagasan, nilai dan makna yang mengandung data dan fakta berisikan pesan maupun penjelasan yang dapat didengar dilihat dan dibaca yang disajikan ditengah tengah masyarakat tertentu menunjukkan hubungan kekuasaan, serta memudahkan berbagai macam inovasi sehingga masyarakat umum dapat memperoleh informasi yang berkaitan dengan kebutuhan dan kepentingannya sebagai sumber pengetahuan baru.

Di Kota Semarang dikenal dengan adanya beberapa media yang sifatnya lokal maupun nasional. Media yang bersifat lokal seperti Jawa Pos Jawa Pos Radar Semarang yang telah mampu memproduksi berbagai macam berita antara lain berita-berita sosial kemasyarakatan. Strategi adalah suatu proses penentuan rencana para pemimpin puncak yang berfokus pada tujuan jangka panjang organisasi dengan disertai susunan perencanaan dan langkah atau upaya inovasi untuk mencapai tujuan penyusunan suatu cara atau upaya bagaimana agar tujuan tersebut dapat dicapai.

Metode penelitian yang digunakan peneliti dalam penelitian ini dengan menggunakan metode penelitian kualitatif dengan menggunakan studi deskriptif yang tersruktus dalam menyajikan data lapangan. pengumpul data berupa wawancara, observasi, dan dokumntasi. Penelitian ini membahas bagaimana surat kabar Jawa Pos Radar Semarang dalam strategi mengolah informasi sosial menjadi sebuah berita yang diminati. Sebagai suatu media yang berkontribusi menyalurkan informasi tentunya Jawa Pos Jawa Pos Radar Semarang memiliki cara tersendiri. maka tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui strategi Jawa Pos Jawa Pos Radar Semarang dalam mengolah informasi sosial kemasyarakatan melalui *newsroom* kepada masyarakat.

Adapun hasil dari penelitian tersebut adalah bahwa Jawa Pos Jawa Pos Radar Semarang dalam melakukan pencarian berita yang kemudian dicetak dan dipublikasikan terlebih dahulu, yaitu dengan melakukan, pertama, tahapan rapat yang tujuannya adalah untuk membahas tentang berita yang akan disajikan kepada masyarakat. Berita tentang sosial kemasyarakatan yang dipublikasikan melalui media cetak merupakan salah satu bahasan yang diminati banyak orang. Dalam prosesnya rapat yang dilakukan di ruang redaksi adalah melakukan gambaran-gambaran yang dibagi menjadi beberapa tahapan yaitu pra produksi, tahapan produksi, dan tahap pasca produksi. Kedua, Sumber daya manusia yang cukup kompeten dalam bidangnya, dan dilengkapi dengan fasilitas yang mempunyai. Selain melakukan Rapat Jawa Pos Radar Semarang juga melakukan fungsi evaluasi sebagai bentuk penilaian apakah kinerja dari wartawan sudah sesuai atau tidak sesuai. Dengan menggunakan strategi tersebut Jawa Pos Jawa Pos Radar Semarang menghadirkan sebuah berita dan menjadi sumber informasi kepada masyarakat.

Kata Kunci : *Strategi, Pengelolaan Media, Radar Semarang.*

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	i
HALAMAN NOTA PEMBIMBING	ii
HALAMAN PERNYATAAN	iii
KATA PENGANTAR	iv
PERSEMBAHAN	v
MOTTO	vi
ABSTRAK	vii
DAFTAR ISI	viii
BAB I PENDAHULUAN	1
A. Latar Belakang	1
B. Rumusan Masalah	8
C. Tujuan dan Manfaat Penelitian	8
D. Tinjauan Pustaka	9
E. Metode Penelitian	12
F. Sistematika Penulisan Skripsi	18
BAB II KAJIAN TENTANG STRATEGI MEDIA DAN INFORMASI SOSIAL KEMASYARAKATAN	20
A. Strategi Media	20
B. Pengelolahan Informasi Sosial	27
C. Ruang Redaksi (<i>News Room</i>)	26
BAB III STRATEGI MEDIA MENGOLAH INFORMASI SOSIAL KEMASYARAKATAN (STUDI NEWSROOM PADA JAWA POS RADAR SEMARANG)	35
A. Gambaran Umum Objek Penelitian	40

B. Strategi Jawa Pos Jawa Pos Radar Semarang dalam Mengolah Informasi Sosial Kemasyarakatan Melalui <i>Newsroom</i> Kepada Masyarakat	43
BAB IV ANALISIS STRATEGI MEDIA MENGOLAH INFORMASI SOSIAL KEMASYARAKATAN (STUDI NEWSROOM PADA JAWA POS RADAR SEMARANG)	50
A. Analisis Strategi Jawa Pos Radar Semarang dalam Mengolah Informasi Sosial Kemasyarakatan Melalui <i>Newsroom</i> kepada Masyarakat	50
BAB V PENUTUP	63
A. Kesimpulan	63
B. Saran	63
DAFTAR PUSTAKA	64
LAMPIRAN	67
RIWAYAT HIDUP	72

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Media massa sebagai sarana informasi menjadi bagian terpenting bagi kehidupan manusia. Dunia persurat kabaran tengah mengalami revolusi, perkembangan ilmu pengetahuan, penemuan-penemuan teknologi terapan, komputer dan sistem elektronik jarak jauh yang ditunjang oleh satelit. Salah satu kebutuhan yang cukup penting dan esensial bagi manusia adalah kebutuhan informasi untuk mengetahui dengan jelas segala hal yang terjadi di dunia atau sekelilingnya. Manusia sangat membutuhkan kehadiran media untuk memenuhi kebutuhannya. Maka hadirilah sarana komunikasi yang lebih dikenal sebagai media massa. Munculnya kesadaran tentang arti dan nilai dari informasi membuat masyarakat tidak dapat melepaskan diri dari informasi yang disajikan oleh media massa.

Dengan memperhatikan pertumbuhan surat kabar atau kecepatan arus informasi sejak ditemukannya ACTA di jurnal, komputer dan satelit, terlihat semakin deras dan pesat sekali (Syah, 2011). Praktek industrialisasi segala bidang, tidak terkecuali bidang informasi dan media yang berkembang pesat belakangan ini mendorong laju pertumbuhan perusahaan pers dan media (Nerone, 2003). Perkembangan televisi yang sangat pesat, membuat stasiun televisi saling berusaha menyajikan program acara yang bermutu dan menarik agar dapat dinikmati oleh khalayak, sehingga mendapatkan rating yang tinggi. Sebagai upaya dalam meningkatkan rating, stasiun televisi perlu melakukan berbagai macam strategi. Oleh karena itu perlu adanya strategi yang dilakukan oleh tim produksi dalam menayangkan programnya. Setiap program acara yang mendapatkan rating tinggi akan mendatangkan pendapatan iklan yang besar. Pemilik stasiun televisi perlu memperhitungkan peringkat acara atau rating yang menjadi parameter minat

masyarakat terhadap suatu acara dan menjadikannya sebuah barometer untuk mengelola siarannya (Morissan, 2013).

Perusahaan pers belomba-lomba menyajikan informasi dengan cepat tepat dan akurat supaya mendapatkan tempat dihati pembacanya. Media masa juga berperan aktif memberitakan hal yang tengah terjadi ditengah lngkungan masyarakat agar masyarakat tidak ketinggalan tentang informasi yang sedang terjadi disekitarnya. Saat ini dunia pertelevisian berkembang cukup pesat, dimana semua stasiun televisi baik swasta, lokal, nasional maupun tv prabayar semua berlomba-lomba menyajikan program acara yang bermutu dan menarik yang dapat dinikmati oleh khalayak. Di Indonesia, setidaknya terdapat 14 stasiun televisi swasta komersial yang mengudara secara nasional yaitu RCTI, MNCTV, GTV, iNews, antv, SCTV, Indosiar, tvOne, MetroTV, TransTV, Trans7, RTV, KOMPAS, NET TV. Dengan banyaknya stasiun televisi yang tersedia memberikan pilihan dan kebebasan kepada masyarakat untuk memilih program siaran yang sesuai dengan keinginan, kebutuhan, sekaligus hobi mereka dengan menyajikan program acara dan konten yang dikemas secara berbedabeda.

Namun dalam menentukan suksesnya stasiun televisi dalam menayangkan sebuah program acara masih mengarah pada data rating yang diperoleh Nielsen. Perusahaan multinasional itu memasang alat khusus yang bernama people meter untuk mengukur rating di setiap televisi pada 2.273 rumah tangga di 11 kota besar di Indonesia. Menurut Nielsen, konten tayangan program yang banyak di tonton dan mendapatkan rating dan share yang tinggi yaitu dengan angka 2,3 atau yang ditonton oleh 1,2 juta penonton di atas usia 5 tahun pada 10 kota besar di Indonesia. Setiap program acara yang mendapatkan rating tinggi akan mendatangkan pendapatan iklan yang besar. Pemilik stasiun televisi perlu memperhitungkan peringkat acara atau rating yang menjadi parameter minat masyarakat terhadap suatu acara dan menjadikannya sebuah barometer untuk mengelola siarannya (Morissan, 2013). Hal tersebut yang membuat

stasiun televisi melakukan beberapa strategi untuk meningkatkan rating dan share program siaran mereka.

Kemajuan perkembangan media masa di era globalisasi ini layaknya pedang bermata dua bagi umat manusia khususnya bagi dunia dakwah Islam. Kemajuan teknologi tersebut dapat menjadi sarana pendukung bagi keberlangsungan suksesnya syiar Islam. Dengan jangkauan yang sangat luas serta memberika akses informasi yang dibutuhkan umat dalam rangka menjawab pertanyaan yang muncul dalam dunia dakwah Islamserta dikemas secara menarik melalui kemajuan teknologi, tentunya hal itu juga dapat menjadikan proses penyebaran informasi ajaran Islam kepada seluruh lapisan masyarakat yang lebih merata.

Tetapi pada saat bersamaan media juga dapat menjerumuskan kearah propaganda dan mampu menghancurkan sendi-sendi nilai syiar Islam. Media mainstream kebanyakan hanya berorientasi kepada keuntungan dan materi semata tanpa memperhatikan efek dari sajian yang terpampang dari mediana, bahkan tidak sedikit media yang sengaja menggiring kearah kehancuran moral. Hegemoni barat telah masuk disistem kehidupan masyarakat tanpa kita sadari. Akulturasi budaya tidak terelakan lagi, budaya ketimuran sedikit demi sedikit disingkirandigantikan dengan sistem budaya barat yang materialistk dan sekuler walapun kita tahu masih ada media yang menyerukan syiar dan dakwah Islam tetapi realita dilapangan masih kalah jauh dengan media yang menyuarakan kesesatan.

Informasi sosial merupakan keterangan yang berisi gagasan, nilai dan makna yang mengandung data dan fakta berisikan pesan maupun penjelasan yang dapat didengar dilihat dan dibaca yang disajikan dalam berbagai kemasan dan format sesuai dengan perkembangan teknologi informasi dan komunikasi serta menunjukan keadaan peristiwa dan kondisi ditengah tengah masyarakat tertentu menunjukan hubungan kekuasaan, serta memudahkan berbagai macam inovasi sehingga masyarakat umum dapat memperoleh informasi yang berkaitan dengan kebutuhan dan kepentingannya sebagai sumber pengetahuan baru.

Dalam Surat keputusan Dewan Pers Nomor 03/SKDP/III/2006 tentang Kode Etik Jurnalistik Dewan Pers menimbang bahwa telah terjadi perkembangan yang sangat pesat dalam kehidupan pers nasional sejak diberlakukannya Undang-Undang No. 40 tahun 1999 tentang pers. Dengan demikian perlu ditetapkan Kode Etik Jurnalistik yang baru berlaku secara nasional, sebagai landasan moral atau etika profesi dan menjadi pedoman operasional dalam menegakkan integritas dan profesionalitas wartawan.

Al-Qur'an menjelaskan bahwa dalam menyebar luaskan informasi terlebih dahulu dilihat dan ditinjau kembali kebenarannya apakah telah sesuai dengan realita yang terjadi dilapangan atau berita tersebut justru berita hoaks yang dapat menyulut kearah yang negatif lebih lebih dapat menghancurkan dan menimbulkan perpecahan umat. Al-Qur'an menjelaskan sebagai berikut dalam upaya memberikan pedoman bagi para pelaku pemberitaan dalam surat An-Nur ayat 11 sebagai berikut:

إِنَّ الَّذِينَ جَاءُوا بِالْإِفْكِ عُصْبَةٌ مِّنْكُمْ لَا تَحْسَبُوهُ شَرًّا لَّكُم بَلْ هُوَ خَيْرٌ لَّكُمْ لِكُلِّ امْرِئٍ مِّنْهُمْ مَا
اَكْتَسَبَ مِنَ الْإِثْمِ وَالَّذِي تَوَلَّى كِبْرَهُ مِنْهُمْ لَهُ عَذَابٌ عَظِيمٌ

Artinya: *Sesungguhnya orang-orang yang membawa berita bohong itu adalah dari golongan kamu juga. janganlah kamu kira bahwa berita bohong itu buruk bagi kamu bahkan ia adalah baik bagi kamu. tiap-tiap seseorang dari mereka mendapat Balasan dari dosa yang dikerjakannya. dan siapa di antara mereka yang mengambil bahagian yang terbesar dalam penyiaran berita bohong itu baginya azab yang besar* (QS. An-Nur: 11).

Strategi pengolahan informasi sosial yang tepat sebelum disebarluaskan pada publik harus dilakukan seperti memilih topik apa yang sedang hangat diperbincangkan masyarakat serta mengklasifikasikan informasi yang dibutuhkan masyarakat serta mendatangkan kebenaran yang nyata terjadi ditengah masyarakat sehingga penyampaian informasi akan dapat diterima sesuai dengan kebutuhan masyarakat. Dalam bidang

informasi, menguasai pangsa pasar dan masuk dalam persaingan ketat antara kompetitor menjadi bagian yang tidak terelakan dipasar terbuka karena pada dasarnya masyarakat merupakan segmentasi konsumen yang menjadikan berita sebagai pelengkap kebutuhan sehari-hari yang tidak bisa diabaikan dampak keberadaannya.

Oleh karena itu, bisnis surat kabar pada saat ini merupakan bisnis yang menggiurkan bagi pengusaha pers, selama masyarakat Indonesia masih terikat dalam media konvensional, karena ketatnya persaingan yang ada maka perusahaan pers perlu manajemen yang baik untuk mencapai tujuan perusahaan dalam persaingan persuratkabaran dewasa ini. Perusahaan pers berusaha menciptakan produk guna memenuhi kebutuhan dan kepuasan konsumen karena demikian besarnya dan ketatnya persaingan yang mendominasi dunia usaha saat ini dimana perusahaan berlomba menguasai pangsa pasar. Namun dalam usaha mempertahankan kelangsungan hidup suatu perusahaan, seringkali perusahaan dihadapkan dengan permasalahan dan kesulitan misalnya, kesulitan merebut pangsa pasar yang lebih luas sebagai akibat dari persaingan antar perusahaan.

Memperhatikan kepuasan konsumen dan masyarakat merupakan tujuan utama perusahaan yang menganut konsep pemasaran yang mengajarkan bahwa rumusan strategi pemasaran sebagai suatu rencana yang diutamakan untuk mencapai tujuan harus berdasarkan kebutuhan dan keinginan konsumen. Perusahaan pers dituntut untuk mengembangkan strategi pemasaran yang didalamnya memuat tentang judul, sampul dan topik yang harus update berubah ubah sesuai dengan kebutuhan dan kondisi yang ada di lingkungan tersebut.

Dalam persaingan media massa, selain media cetak sendiri, media elektronik (Televisi dan Radio) dan media internet yang belakangan semakin mengalami kemajuan yang pesat mereka melakukan persaingan namun tidak separah dengan persaingan media cetak, karena dalam media cetak terdapat unsur media lokal seperti surat kabar daerah dan majalah daerah yang menjadi ancaman langsung bagi media nasional.

Di Kota Semarang dikenal dengan adanya beberapa media yang sifatnya lokal maupun nasional. Media yang bersifat lokal seperti Jawa Pos Jawa Pos Radar Semarang yang telah mampu memproduksi berbagai macam berita antara lain berita-berita sosial kemasyarakatan.

Pada awalnya, Jawa Pos Radar Semarang terbit dengan 12 halaman lebih banyak dari surat kabar yang ada di Jawa Timur, namun karena adanya efisiensi tenaga kerja dan pengaruh oplah, maka pada bulan Juli 2002 jumlah halaman dikurangi menjadi 4 halaman. Hal ini juga dipengaruhi oleh dibukanya Radar Kudus. Kini Jawa Pos Radar Semarang terbit 12 halaman ditambah 4 halaman Radar Kedu yang hanya terbit di wilayah eks Karisidenan Kedu adapun standar yang disajikan dari masing-masing karisidenan terletak pada pembahasan isi berita di tingkat karisidenan tujuannya adalah supaya informasi tersebut tersalur sesuai dengan lokasi yang tepat sesuai yang terjadi dengan karisidenan dan dengan menggunakan bahasa yang mudah dipahami sehingga menimbulkan minat bagi para pembacanya. Dari sisi manajemen, setiap Radar dikelola secara otonom, baik dari segi rekrutmen maupun redaksional. Berita-berita yang diterbitkan oleh Radar adalah sajian berita dari wilayah edar mereka. Dalam setiap terbitan, pembaca akan menerima dua bendel koran yang berisi satu bendel Jawa Pos dan satu bendel Radar sesuai kota masing-masing.

Adapun segmentasi pasar yang dituju oleh media ini adalah menengah ke atas. Hal ini terlihat dari muatan beritanya yang mampu merangkul semua kalangan dari level menengah hingga ke atas. Demikian pula dengan iklan-iklan yang ditampilkan disesuaikan dengan karakter serta level pembaca yang ada. Pemasaran Jawa Pos Radar Semarang sendiri menitikberatkan Kota Semarang sebagai area pasar potensial sebagai Ibu Kota Provinsi Jawa Tengah. Jawa Pos Jawa Pos Radar Semarang adalah surat kabar harian pagi yang terbit di Semarang, Jawa Tengah.

Harian ini terbit bersama dengan Jawa Pos serta memiliki sirkulasi yang tersebar di wilayah eks Karisidenan Semarang, eks Karisidenan Pekalongan, eks Karisidenan Kedu dan sekitarnya. Bersama dengan Suara

Merdeka dan Tribun Jateng. Jawa Pos Jawa Pos Radar Semarang merupakan beberapa perusahaan media cetak yang menjadi pusat saluran informasi khususnya warga Kota Semarang. Alasan lain peneliti memilih Jawa Pos Jawa Pos Radar Semarang menjadi subjek penelitian yaitu pengenalan lebih luas di pasar global telah menjadi inspirasi PT. Jawa Pos untuk memelihara berita-berita yang berkualitas dan informasi yang aktual dan terpercaya.

Berdasarkan observasi pendahuluan di kantor Jawa Pos Radar Semarang, bahwa berita sosial mampu mendapatkan tempat di hati masyarakat karena disajikan dengan menarik, mampu menambah wawasan atau pengetahuan masyarakat, pengelolaan, melakukan pemilihan narasumber yang dipandang memiliki kredibilitas atau kemampuan secara profesional, gaya tulisan atau pengolahan kata dan kalimat dengan sederhana, singkat, jelas, akurat, dan objektif dalam memberikan informasi tentang peristiwa yang terjadi ditambah lagi pengolahan tersebut melalui *newsroom* (Noor Layla, 2022).

Newsroom adalah jantung dan jiwa dari surat kabar (Soria, 2008). Bila diterjemahkan ke bahasa Indonesia, *newsroom* adalah ruang berita atau ruang redaksi. Ruangan ini merupakan tempat bertemu para awak redaksi sehingga dapat terjadi komunikasi antara mereka. Terdapat koordinasi antara pemimpin redaksi dan redaktur, serta antara redaktur dan reporter di dalam ruang redaksi. Oleh karena itu, ruang ini juga merupakan tempat untuk perencanaan dan pengambilan keputusan dalam mempublikasikan sebuah berita (Franklin, 2005).

Hal yang menarik dari *newsroom* Jawa Pos Radar Semarang adalah konsisten dalam menyajikan berita dan informasi terbaru secara akurat dengan sumber informasi yang terpercaya. Jawa Pos Jawa Pos Radar Semarang juga taat pada kode etik jurnalistik yang ditetapkan Dewan Pers. *Newsroom* Jawa Pos Jawa Pos Radar Semarang dikelola oleh tim khusus, memproduksi konten berita dan informasi dengan versi yang berbeda dengan media lain, dengan menyajikan berita yang terpercaya, sehat, dan berkembang dengan wartawan yang sama antara media cetak dan online

dalam rapat redaksinya. Tidak hanya dalam media cetak, hasil dari *newsroom* Jawa Pos Jawa Pos Radar Semarang juga hadir dalam berbagai format multimedia dan juga platform digital (*dekstop* dan *mobile*).

Berdasarkan deskripsi di atas, maka peneliti mengangkat judul “*Strategi Media Mengolah Informasi Sosial Kemasyarakatan (Studi Newsroom Pada Jawa Pos Radar Semarang)*”. Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui strategi Jawa Pos Jawa Pos Radar Semarang dalam mengolah informasi sosial melalui *newsroom* kepada masyarakat.

B. Rumusan Masalah

Rumusan masalah memberi arahan yang jelas tentang penelitian sebagai dasar dalam mengadakan kajian penelitian. Berangkat dari hal tersebut, peneliti merumuskan masalah yaitu, bagaimana strategi Jawa Pos Jawa Pos Radar Semarang dalam mengolah informasi sosial kemasyarakatan melalui *newsroom* kepada masyarakat?.

C. Tujuan dan Manfaat Penelitian

1. Tujuan Penelitian

Berdasarkan pada rumusan masalah di atas, maka tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui strategi Jawa Pos Jawa Pos Radar Semarang dalam mengolah informasi sosial kemasyarakatan melalui *newsroom* kepada masyarakat.

2. Manfaat Penelitian

a. Manfaat Teoritis

- 1) Untuk menambah wawasan terkait bagaimana teknik mengolah berita sosial kemasyarakatan dan untuk mengetahui faktor pendukung dan penghambat media dalam proses mengolah berita sosial kemasyarakatan, khususnya bagi peneliti dan para pembaca pada umumnya.
- 2) Sebagai acuan atau referensi baik bagi mahasiswa Komunikasi dan Penyiaran Islam maupun pihak-pihak lain yang mengadakan penelitian di media massa, khususnya media cetak.

3) Sebagai sumbangsih pemikiran kepada para pegiat jurnalistik dan praktisi Pers.

b. Manfaat Praktis

Hasil dari penelitian secara praktis peneliti berharap agar penelitian ini dapat memberikan manfaat antara lain:

- 1) Diharapkan setelah adanya penelitian ini maka permasalahan-permasalahan yang terkait strategi mengolah berita sosial kemasyarakatan oleh media, bisa diterapkan sebagaimana mestinya dalam kehidupan para jurnalis.
- 2) Hasil penelitian ini nantinya diharapkan dapat memberikan kontribusi nyata terhadap para jurnalis dalam mengolah berita khususnya pada mengolah berita sosial kemasyarakatan.

D. Tinjauan Pustaka

Tinjauan pustaka adalah hasil telaah kritis, sistematis atas penelitian yang telah dilakukan dari peneliti sebelumnya dan memiliki kesesuaian yang relevan dengan penelitian sekarang dalam melakukan penelitian skripsi yang berjudul “*Strategi Media Mengolah Informasi Sosial Kemasyarakatan (Studi Newsroom Pada Jawa Pos Radar Semarang)*”.

Peneliti mengembangkan studi kajian dengan mengambil beberapa penelitian yang memiliki relevansi dengan pembahasan dan kajian di atas dan berguna sebagai acuan dan perbandingan. Sehingga, penelitian ini akan menjadi baik dan dapat dipertanggungjawabkan. Tinjauan kepustakaan yang peneliti pilih antara lain:

Pertama, Skripsi berjudul “*Strategi Pemberitaan Rubrik Metro Harian Radar Selatan Dalam Menjaga Eksistensi Sebagai Media Lokal Kabupaten Bulukamba*” karya Andi Eko Manggala Putra pada tahun 2017. Penelitian ini mengkaji tentang strategi pemberitaan rubrik Metro Harian Radar Selatan dalam menjaga eksistensi sebagai media lokal Kabupaten Bulukamba. Pokok permasalahan dalam penelitian ini adalah: 1) Bagaimana strategi pemilihan isu-isu lokal rubrik Metro Harian Radar Selatan, 2)

Bagaimana strategi penyajian berita dalam rubrik Metro Harian Radar Selatan.

Kedua, Skripsi berjudul “*Strategi Pengelolaan Berita Website Uin Raden Fatah Palembang Sebagai Media Informasi Universitas*”. Skripsi karya Erna Rustiana pada tahun 2020 ini menggunakan pendekatan Kualitatif. Permasalahan dalam Skripsi ini adalah masyarakat menginginkan hal yang serba cepat sehingga keberadaan media online diyakini mampu melayani. Maka dari itu dalam menyesuaikan perilaku masyarakat, penyajian berita makin beralih dari mulai menampilkan suatu konten dengan bentuk tulisan *longform*, beralih ke *short form* dan akhirnya pembaca tertarik pada berita yang disampaikan sehingga menarik pembaca untuk mengunjungi website UIN Raden Fatah dan memberikan umpan balik (*clickbait*). Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui bagaimana strategi pengelolaan berita website UIN Raden Fatah Palembang. Sedangkan penelitian ini menggunakan pendekatan deskriptif kualitatif melalui survei objek yang diteliti, dalam penelitian kualitatif yang berarti peneliti sendiri atau dengan bantuan orang lain, alat pengumpul data berupa wawancara, observasi, dan dokumentasi.

Ketiga, Skripsi berjudul “*Strategi Penyajian Berita Pada Portal Fajar Online.Com*”. Skripsi karya Syahrina Mutmainah pada tahun 2016 ini menjelaskan mengenai strategi yang selama ini dilakukan pada portal fajar online.com adalah: strategi ditopang oleh tiga hal, 1) Strategi dalam pemilihan isu diefektifkan dalam memilih angle yang berbeda agar tidak sama dengan cetaknya atau kebanyakan media online, 2) Strategi penempatan isu terdiri dari dua hal yaitu isu penting dan menarik, 3) Pengembangan pemberitaan dengan memadukan konsep penyajian berita konvensional dan *follow upnews*. Strategi yang dilakukan oleh Fajar Online.Com dalam menjaga akurasi berita terkait kecepatan penyajian berita online yaitu: 1) Wartawan selalu diingatkan tentang keakurasian berita dan mengecek kembali berita setelah dikirim oleh wartawan dan setelah diedit oleh redaktur, 2) Menyingkat berita langsung pada inti berita yang sangat

penting, 3) Memanfaatkan share ke media sosial, 4) Memberikan penilaian terhadap berita yang dikirim wartawan dengan poin dikali dua untuk berita yang populer.

Keempat, skripsi yang berjudul “*Strategi surat kabar harian Jawa Pos Radar Semarang dalam meningkatkan kualitas isi berita*” skripsi karya Isratul Kurniawan yang berisikan 1) Strategi surat kabar harian Jawa Pos Radar Semarang dalam meningkatkan Sumber Daya Manusia (SDM) standar pendidikan yakni sarjana-sarjana dengan latar pendidikan beragam dengan nilai IPK minimal 3,00 untuk semua bidang. 2) sarana dan prasarana. Jawa Pos Radar Semarang juga menyediakan peralatan berupa fasilitas yang lengkap dan memadai untuk para karyawannya penyediaan fasilitas tersebut berupa computer, jaringan internet berkapasitas tinggi, ruangan kantor yang nyaman, dan peralatan untuk bekerja yang lengkap untuk karyawannya. 3) meningkatkan penampilan surat kabar menyeleksi dan memilih foto atau gambar yang akan diterbitkan. 4) meeting yang berisikan evaluasi, Jawa Pos Radar Semarang juga dapat menentukan topic berita yang akan menjadi fokus berita yang akan diliput wartawan. Dalam skripsi tersebut menggunakan pendekatan deskriptif kualitatif yang bersumber pada wawancara, pengamatan dan dokumentasi sebagai hal yang utama.

Kelima, Skripsi yang berjudul “*Agenda Jawa Pos Jawa Pos Radar Semarang Dalam Membingkai Berita Kolom Cover Story Periode Juli-September 2018*” oleh Rizka Indah Anggraeni yang berisikan difokuskan untuk menelaah berita dalam bentuk jadi yang akan diterbitkan Jawa Pos Radar Semarang. Analisis dilakukan terhadap teks, kalimat, gambar, dan grafik yang tersaji di Colom Story. Menggunakan pendekatan teori framing yang dikemukakan oleh Robert N. Entman,

Berdasarkan pada penjelasan kajian pustaka tersebut, bahwa peneliti ini ada kesamaan dalam objek penelitian yaitu; kesamaan dalam mengemukakan strategi dalam mengelolah berita. Adapun perbedaan kajian pustaka di atas adalah: (1) Skripsi karya Andi Eko Manggala Putra di atas

membahas tentang rubrik pemberitaan yang ada di Metro Harian Radar Selatan. Sedangkan penelitian ini membahas tentang strategi dalam mengolah berita sosial kemasyarakatan melalui *newsroom* dalam media Jawa Pos Radar Semarang. (2) Skripsi karya Erna Rustiana ini membahas pengolahan berita dalam bentuk online. Sedangkan penelitian ini, peneliti fokus mengenai strategi media mengolah informasi sosial kemasyarakatan dalam media cetak. (3) Skripsi karya Syahrina Mutmainnah ini membahas keakurasian dan pengembangan dalam menyajikan berita. Sedangkan dalam penelitian ini, peneliti lebih fokus dalam strategi media dalam mengolah informasi sosial kemasyarakatan melalui *newsroom*. (4) Skripsi karya Isratul Kurniawan memfokuskan kepada kemampuan intern yang ada dilingkungan surat kabar harian Riau dengan berfokus pada SDM, perlengkapan, ketrampilan penggunaan gambar yang ditampilkan dan meeting sebagai upaya meningkatkan kualitas isi berita. (5) Skripsi karya Rikza Indah Anggraeni yang terfokus pada Colom Story sedang dalam skripsi yang akan peneliti teliti yaitu mengenai strategi yang terdapat pada News Room dalam mengolah informasi sosial masyarakat.

Berangkat dari persamaan dan perbedaan di atas, maka penelitian secara umum belum pernah dilakukan penelitian oleh peneliti sebelumnya. Oleh karena itu, penelitian ini bukan plagiarisme karya yang sudah ada.

E. Metode Penelitian

1. Jenis dan Pendekatan Penelitian

Penelitian yang digunakan oleh peneliti adalah jenis penelitian kualitatif. Metode penelitian kualitatif adalah metode penelitian yang berlandaskan pada filsafat post positivisme, digunakan untuk meneliti pada kondisi obyek yang alamiah, (sebagai lawannya adalah eksperimen) di mana peneliti adalah sebagai instrumen kunci, teknik pengumpulan data dilakukan secara triangulasi (gabungan), analisis data bersifat deduktif dan hasil penelitian kualitatif lebih menekankan makna daripada generalisasi. Penelitian kualitatif ini juga disebut sebagai

metode *interpretive* karena data hasil penelitian lebih berkenaan dengan interpretasi terhadap data yang ditemukan di lapangan (Sugiyono, 2017).

Dalam penyusunan skripsi ini, penyusunan menggunakan jenis penelitian lapangan (*Field Research*). Penelitian lapangan adalah prosedur penelitian lapangan yang menghasilkan data deskriptif, yang berupa data-data tertulis atau lisan dari orang-orang dan penelitian yang diamati (Moleong, 2014).

2. Definisi Konseptual

Peneliti membatasi dengan mengambil subjek dalam penelitian yang berjudul “*Strategi Media Mengolah Informasi Sosial Kemasyarakatan (Studi Newsroom Pada Jawa Pos Radar Semarang)*”. Adapun indikator-indikator dalam kajian tersebut adalah :

a. Strategi Redaksi

Diartikan sebagai rincian perencanaan dan tahapan-tahapan untuk mencapai sasaran yang akan dicapai dalam meningkatkan kualitas berita dalam mengolah informasi sosial kemasyarakatan mencapai target yang diinginkan, baik oleh media maupun masyarakat pada umumnya. Strategi redaksi Jawa Pos Jawa Pos Radar Semarang adalah wadah informasi yang diaktualisasikan secara 3 dimensi artinya media yang dapat dipegang oleh pembaca dan berbentuk *hardfile*. (Rahim & Radjab, 2016).

b. Pengolahan Infomasi Sosial

Semua informasi sosial kemasyarakatan meliputi, kesenjangan sosial, kemiskinan, kriminalitas, kenakalan remaja, dan bencana alam yang dikelola oleh Jawa Pos Radar Semarang. informasi sosial kemasyarakatan adalah sekumpulan pesan fakta yang berkaitan dengan kegiatan kemasyarakatan seperti, informasi mengenai sosial, kriminalitas, kenakalan remaja, lingkungan hidup, aliran sesat, dan lain-lain. Informasi tersebut dikemas melalui proses pengolahan yang sedemikian rupa guna menghasilkan informasi yang dapat dipahami dan

bermanfaat bagi masyarakat disatu wilayah (penerimanya). (Ibrahim, 2003).

c. *Newsroom*

Ruang berita atau ruang redaksi. Ruangan ini merupakan tempat bertemu para awak redaksi sehingga dapat terjadi komunikasi antara mereka. Terdapat koordinasi antara pemimpin redaksi dan redaktur, serta antara redaktur dan reporter di dalam ruang redaksi sehingga terjadi pertimbangan sebelum mencetak dan menyebarkan berita. (Kurniawan 1991).

3. Sumber dan Jenis data

Pada penelitian, data diartikan sebagai material kasar yang dikumpulkan peneliti untuk membentuk dasar-dasar analisis. Data merupakan unit informasi terekam yang dapat dibedakan dengan data lain, sehingga bisa dianalisis dan menjawab rumusan permasalahan (Tanzeh, 2011). Secara garis besar sumber data yang menjadi acuan dalam penelitian dibedakan menjadi dua, yaitu :

a. Data Primer

Jenis data primer adalah data pokok yang berkaitan dan diperoleh secara langsung dari objek penelitian (Subagyo, 2011). Adapun sumber data pada penelitian ini adalah data primer yang bersumber dari 3 narasumber yaitu Ida Noor Lyla sebagai Redaktur Pelaksana Jawa Pos Jawa Pos Radar Semarangserta Muhammad Haryanto dan Adennyar Wicaksono sebagai Wartawan Jawa Pos Jawa Pos Radar Semarangbidang sosial kemasyarakatan.

b. Data Sekunder

Sedangkan data sekunder diperoleh dari dari hasil kepustakaan yang sifatnya penunjang dari data primer. Adapun data sekunder dalam penelitian ini berasal dari artikel, jurnal,

penelitian yang berkaitan dengan Jawa Pos Jawa Pos Radar Semarang(JPRS), surat kabar edisi cetak (Cover Story).

4. Teknik Pengumpulan Data

a. Observasi

Observasi adalah pengamatan yang dilakukan secara sengaja dan sistematis mengenai fenomena-fenomena sosial dengan gejala-gejala untuk kemudian dilakukan pencatatan. Observasi partisipatoris atau pengamatan terlibat, penulis tidak sekedar mengamati pun terlibat dalam keseharian aktivitas atau kehidupan yang dijalani oleh informan. Dalam penelitian ini maka penulis mengamati praktik observasi dengan mengikuti secara langsung rapat redaksi.

b. Wawancara

Adalah percakapan dengan maksud tertentu. Percakapan dilakukan oleh dua pihak yaitu pewawancara yang mengajukan pertanyaan dan yang diwawancarai yaitu yang memberikan jawaban atas pertanyaan itu (Moleong, 2001:16). Penulis akan mengajukan beberapa pertanyaan yang telah di persiapkan yaitu wawancara terstruktur, Data wawancara diperoleh dari narasumber yang dipilih berdasarkan subjek dan informan yang paling mengetahui tentang objek penelitian. Data dalam penelitian ini dikumpulkan selama rentan waktu 29 Maret-14 April 2022 dan diperoleh data wawancara dengan pihak terkait yang menguasai strategi melalui *newsroom* yaitu Redaktur pelaksana Jawa Pos Jawa Pos Radar Semarang dan dua wartawan yang mengolah informasi sosial kemasyarakatan di Jawa Pos Radar Semarang.

c. Dokumentasi

Teknik dokumentasi adalah Teknik yang dilakukan untuk mengumpulkan data yang bersumber dari dokumen dan arsip yang terdapat di lokasi (Sutopo, 2002). Data-data dalam penelitian ini didapat dari dokumen berupa foto, serta surat atau arsip yang

kemudian dikumpulkan dan diolah sehingga relevan dengan obyek yang diteliti.

5. Teknik Analisis Data

Analisis data adalah proses mengorganisasikan dan mengurutkan data ke dalam pola, kategori, dan satuan uraian dasar sehingga dapat ditemukan tema dan dapat dirumuskan hipotesis kerja seperti yang disarankan oleh data (Moleong, 2006). Data yang diperoleh seperti hasil pengamatan, hasil wawancara, hasil pemotretan, analisis dokumen, catatan lapangan, disusun peneliti dilokasi penelitian, tidak dituang dalam bentuk dan angka-angka. Peneliti melakukan analisis data dengan memperkaya informasi, mencari hubungan, membandingkan, menemukan pola atas dasar data aslinya (tidak ditransformasikan dalam bentuk angka) (Gunawan, 2014).

Dalam penelitian kualitatif, peneliti menjadi instrumen utama dalam mengumpulkan data yang dapat berhubungan langsung dengan instrumen atau objek penelitian. Wawancara langsung dilakukan peneliti dengan menemui awak media Jawa Pos Jawa Pos Radar Semarang (JPRS), yaitu Redaktur Pelaksana dan dua Wartawan Jawa Pos Jawa Pos Radar Semarang (JPRS).

Analisis data kualitatif dilakukan apabila data empiris yang diperoleh adalah data kualitatif berupa kumpulan berwujud kata-kata dan bukan rangkaian angka serta tidak dapat disusun dalam kategori-kategori atau struktur klasifikasi. Data bisa saja dikumpulkan dalam aneka macam cara (observasi, wawancara, intisari dokumen, pita rekaman) dan dan biasanya diproses terlebih dahulu sebelum siap digunakan (melalui pencatatan, pengetikan, penyuntingan, atau alih-tulis), tetapi analisis kualitatif tetap menggunakan kata-kata yang biasanya disusun ke dalam teks yang diperluas, dan tidak menggunakan perhitungan matematis atau statistika sebagai alat bantu analisis.

Kegiatan analisis terdiri dari tiga alur kegiatan yang terjadi secara bersamaan, yaitu reduksi data, penyajian data, dan penarikan kesimpulan

atau verifikasi. Terjadi secara bersamaan berarti reduksi data, penyajian data, dan penarikan kesimpulan sebagai sesuatu yang saling menjalin-menjalin merupakan proses siklus dan interaksi pada saat sebelum, selama, dan sesudah pengumpulan data dalam bentuk sejajar yang membangun wawasan umum yang disebut “analisis” (Uber Silalahi, 2009).

Berdasarkan pemaparan diatas maka teknik analisis data yang digunakan dalam penelitian kualitatif adalah teknik analisis data menurut Miles, Huberman (1984) dan Saldana (2014) yang pengumpulan data, reduksi data, penyajian data dan menyimpulkan data atau verifikasi. Dari hasil analisis data yang kemudian dapat ditarik kesimpulan, berikut ini adalah teknik analisis data yang digunakan oleh peneliti :

a. *Data Collection* (Pengumpulan Data)

Data penelitian ini yang diperoleh dengan pengumpulan data dengan observasi, wawancara mendalam dan dokumentasi atau gabungan dari ketiganya (triangulasi). Pengumpulan data dilakukan sehari-hari, mungkin berbulan-bulan, sehingga data yang diperoleh akan banyak. Data yang diperoleh oleh peneliti sebanyak tujuh data yang dihasilkan dari *newsroom* Jawa Pos Jawa Pos Radar Semarang berupa informasi sosial kemasyarakatan.

b. *Data Reduction* (Reduksi Data)

Data yang diperoleh dari lapangan jumlahnya cukup banyak, untuk itu maka perlu untuk dicatat secara teliti dan rinci. Mereduksi data berarti merangkum, memilih hal-hal yang pokok, memfokuskan pada hal-hal yang penting, dicari polanya. Data yang sudah direduksi berjumlah empat dari tujuh informasi sosial kemasyarakatan. Dengan demikian data yang telah direduksikan memberikan gambaran yang lebih jelas.

c. *Data Display* (Penyajian Data)

Setelah data direduksi, maka langkah selanjutnya adalah mendisplaykan data. Dalam penelitian kualitatif, penyajian data

dapat dilakukan dalam bentuk uraian singkat, bagan, hubungan antar kategori, *flowchart* atau sejenisnya. Dalam hal ini Miles dan Huberman (1984) menyatakan “*the most frequen from of display data for qualitativeresearch data in the past has been narrative text*”, yang paling sering digunakan untuk menyajikan data dalam penelitian kualitatif adalah dengan teks yang bersifat naratif. Dengan mendisplaykan data, maka akan memudahkan untuk memahami apa yang terjadi, merencanakan kerja selanjutnya berdasarkan apa yang telah dipahami tersebut. Selanjutnya disarankan dalam melakukan display data, selain dengan teks naratif, juga dapat berupa grafik, matrik, *network* (jejaring kerja), dan *chart* (Sugiyono. 2020). Penyajian data pada penelitian ini dalam satuan-satuan yang nantinya dikelompokkan. Data disajikan dalam bentuk kata-kata ataupun bersifat naratif, tabel, maupun gambar selanjutnya dideskripsikan.

- d. *Conclusion drawing/Verification* (Verifikasi dan Menyimpulkan Data)

Langkah keempat ini dilakukan setelah keabsahan data serta penyusunan kesimpulan dan mengacu pada rumusan penelitian. Kesimpulan akhir diperoleh dengan bertambahnya data sehingga menjadi satu kesatuan yang utuh.

F. Sistematika Penulisan Skripsi

Sesuai pedoman penelitian skripsi yang berlaku di Fakultas Dakwah dan Komunikasi UIN Walisongo, sistematika penelitian skripsi terbagi menjadi beberapa bagian utama.

BAB I : Pendahuluan yang memuat latar belakang masalah, rumusan masalah, tujuan dan manfaat penelitian, tinjauan pustaka, metodologi penelitian dan sistematika penelitian.

BAB II : Kerangka teoritik menjelaskan tentang tinjauan teoritis yang memaparkan variabel penelitian. Pada penelitian ini akan

menguraikan kerangka teori mengenai strategi media cetak, informasi, masyarakat dan *newsroom*.

BAB III : Berisi gambaran umum objek penelitian menguraikan tentang objek yang diteliti. Pada bagian ini, peneliti akan memaparkan gambaran umum Company Profile seputar Jawa Pos Radar Semarang.

BAB IV : Berisi analisis kemampuan meneliti menganalisa dan mengkaji strategi yang digunakan Jawa Pos dalam mengelola berita sosial masyarakat melalui *newsroom*.

BAB V : Penutup yang meliputi kesimpulan dari hasil penelitian, saran terhadap penelitian.

BAB II

KAJIAN TENTANG STRATEGI MEDIA DAN INFORMASI SOSIAL KEMASYARAKATAN

A. Strategi Media

1. Pengertian Strategi Media

Menurut Stephanie K. Marrus, sebagaimana dikutip, strategi didefinisikan sebagai suatu proses penentuan rencana para pemimpin puncak yang berfokus pada tujuan jangka panjang organisasi, disertai penyusunan suatu cara atau upaya bagaimana agar tujuan tersebut dapat dicapai. Selain definisi-definisi strategi yang sifatnya umum, ada juga yang lebih khusus, yang mengangkat kompetensi inti sebagai hal yang penting, kedua ahli ini mendefinisikan strategi yang terjemahannya sebagai berikut:

Strategi merupakan tindakan yang bersifat senantiasa meningkat (*incremental*) dan terus menerus, serta dilakukan berdasarkan sudut pandang tentang apa yang diharapkan oleh para pelanggan dimasa depan. Dengan demikian, strategi hampir selalu dimulai dari apa yang dapat terjadi dan bukan dimulai dari apa yang terjadi. Terjadinya kecepatan inovasi pasar yang baru dan perubahan pola konsumen memerlukan kompetensi inti (*core competencies*). Perusahaan perlu mencari kompetensi inti dalam bisnis yang dilakukan (Rahim & Radjab, 2016).

Mendasarkan pada definisi tersebut maka dapat ditarik kesimpulan bahwa strategi adalah suatu proses penentuan rencana para pemimpin puncak yang berfokus pada tujuan jangka panjang organisasi dengan disertai susunan perencanaan dan langkah atau upaya inovasi untuk mencapai tujuan penyusunan suatu cara atau upaya bagaimana agar tujuan tersebut dapat dicapai.

Perumusan strategi merupakan proses penyusunan langkahlangkah ke depan yang dimaksudkan untuk membangun visi dan misi organisasi, menetapkan tujuan strategis dan keuangan perusahaan, serta merancang strategi untuk mencapai tujuan tersebut dalam rangka menyediakan

customer value terbaik. Beberapa langkah yang perlu dilakukan perusahaan dalam merumuskan strategi, yaitu:

- 1) Mengidentifikasi lingkungan yang akan dimasuki oleh perusahaan di masa depan dan menentukan misi perusahaan untuk mencapai visi yang dicita-citakan dalam lingkungan tersebut.
- 2) Melakukan analisis lingkungan internal dan eksternal untuk mengukur kekuatan dan kelemahan serta peluang dan ancaman yang akan dihadapi oleh perusahaan dalam menjalankan misinya.
- 3) Merumuskan faktor-faktor ukuran keberhasilan (*key success factors*) dari strategi-strategi yang dirancang berdasarkan analisis sebelumnya.
- 4) Menentukan tujuan dan target terukur, mengevaluasi berbagai alternatif strategi dengan mempertimbangkan sumberdaya yang dimiliki dan kondisi eksternal yang dihadapi.
- 5) Memilih strategi yang paling sesuai untuk mencapai tujuan jangka pendek dan jangka panjang.

Secara etimologi, kata “media” merupakan bentuk jamak dari “medium”, yang berasal dari bahasa Latin “*medius*” yang berarti tengah. Sedangkan dalam bahasa Indonesia, kata “medium” dapat diartikan sebagai “antara” atau “sedang” sehingga pengertian media dapat mengarah pada sesuatu yang mengantar atau meneruskan informasi (pesan) antara sumber (pemberi pesan) dan penerima pesan. Media dapat diartikan sebagai suatu bentuk dan saluran yang dapat digunakan dalam suatu proses penyajian informasi (AECT, 1997).

Istilah media mula-mula dikenal dengan alat peraga, kemudian dikenal dengan istilah audio visual aids (alat bantu pandang atau dengar). Selanjutnya disebut *instruksional materials* (materi pembelajaran), dan kini istilah yang lazim digunakan dalam dunia pendidikan nasional adalah *instruksional media* (media pendidikan atau media pembelajaran). Dalam perkembangannya, sekarang muncul istilah e-Learning. Huruf “e” merupakan singkatan dari “elektronik”. Artinya media pembelajaran berupa

elektronik, meliputi CD Multimedia Interaktif sebagai bahan ajar offline dan Web sebagai bahan ajar online.

Media atau medium dalam ilmu komunikasi adalah sarana pengiriman pesan, dengan kata lain sarana komunikasi (*communication tools*) (Dedi Kurnia Syah Putra, 2011). Menurut Kamus Besar Bahasa Indonesia (1998: 569) Media adalah alat (sarana) komunikasi seperti majalah, radio, televisi, film, poster, dan spanduk. Dalam penelitian ini media massa adalah semua program berita dan informasi yang ada baik di media cetak (surat kabar, majalah) maupun media elektronik (televisi, radio dan film).

Berikut ini beberapa pendapat para ahli komunikasi atau ahli bahasa tentang pengertian media yaitu:

- a) Orang, material, atau kejadian yang dapat menciptakan kondisi sehingga memungkinkan siswa dapat memperoleh pengetahuan, keterampilan, dan sikap yang baru, dalam pengertian meliputi buku, guru, dan lingkungan sekolah (Gerlach dan Ely, 1982).
- b) Saluran komunikasi yang digunakan untuk menyampaikan pesan antara narasumber (pemberi pesan) dengan penerima pesan (Blake dan Horalsen, 1998).
- c) Komponen strategi penyampaian yang dapat dimuati pesan yang akan disampaikan kepada pembelajar bisa berupa alat, bahan, dan orang (Degeng, 1989).
- d) Media sebagai segala sesuatu yang dapat digunakan untuk menyalurkan pesan dan mengirim pesan kepada penerima pesan, sehingga dapat merangsang pikiran, perasaan, perhatian, dan minat serta perhatian siswa sedemikian rupa, sehingga proses belajar mengajar berlangsung dengan efektif dan efisien sesuai dengan yang diharapkan (Sadiman, dkk, 2002).
- e) Alat yang secara fisik digunakan untuk menyampaikan isi materi, yang terdiri antara lain buku, tape recorder, kaset, video kamera, video recorder, film, slide, foto, gambar, grafik, televisi, dan komputer (Briggs, 2002).

Berdasarkan beberapa pendapat di atas, dapat disimpulkan bahwa media adalah bahan, alat, maupun metode atau teknik yang digunakan dalam kegiatan belajar mengajar dengan maksud agar proses interaksi komunikasi edukatif antara guru dan anak didik dapat berlangsung secara efektif dan efisien sesuai dengan tujuan pengajaran yang telah dicita-citakan.

Media sebagai sarana informasi untuk menyampaikan pesan kepada masyarakat baik tua, muda maupun anak-anak. Media massa adalah alat untuk pengiriman pesan kepada sejumlah besar orang (khalayak). Meminjam dari istilah *Casstells*, media massa adalah media dimana sebuah pesan yang sama dan secara serentak dipancarkan oleh pengirim yang terpusat kepada, jika media tersebut adalah televisi yang terdiri dari jutaan pemirsa atau penerima.

Berdasarkan dari definisi tersebut, maka dapat disimpulkan bahwa strategi media adalah langkah-langkah yang didasari pencarian pada seluruh rantai nilai bisnis untuk mengidentifikasi di sisi mana saja media dapat berkontribusi untuk mencapai tujuan bisnis. Dari strategi ini menghasilkan visi media untuk perusahaan, kesiapan organisasi untuk mengadopsi media, dan rencana adopsi yang selaras dengan tujuan bisnis (K. Laedi dan R. Fuchs, 2013).

2. Fungsi Strategi Media

Media selain sebagai sarana informasi, media juga memiliki beberapa fungsi, menurut Lasswell dikutip Werner J. Severin dan James W. Tankard, Jr, 2005. Fungsi media massa yaitu:

a. Pengawasan (*Surveliellance*)

Fungsi pertama memberikan informasi dan menyediakan berita. Dalam bentuk fungsi ini, media massa sering kali memperingatkan kita akan bahaya yang mungkin terjadi seperti kondisi cuaca yang ekstrem atau berbahaya atau ancaman militer. Fungsi pengawasan juga termasuk berita yang tersedia di media yang penting dalam

ekonomi, publik dan masyarakat, seperti laporan bursa pasar, lalu lintas, cuaca dan sebagainya.

b. Korelasi (*Correlation*)

Kolerasi adalah seleksi dan interpretasi informasi tentang lingkungan. Fungsi korelasi bertujuan untuk menjalankan norma sosial dan menjaga konsensus dengan mengekspos penyimpangan, memberikan status dengan cara menyoroti individu terpilih dan dapat berfungsi untuk mengawasi pemerintahan. Media massa sering kali memasukkan kritik cara bagaimana seseorang harus bereaksi terhadap kejadian tertentu. Fungsi korelasi dapat menjadi disfungsi ketika media terus menerus melanggengkan *stereotype* dan menumbuhkan kesamaan, menghalangi perubahan sosial dan inovasi, mengurangi kritik dan melindungi serta memperluas leluasaan yang mungkin perlu diawasi.

c. Penyampaian Warisan Sosial (*Transmission of the Sosial Heritage*)

Penyampaian warisan sosial merupakan suatu fungsi media menyampaikan informasi, nilai, dan norma dari satu generasi ke generasi berikutnya atau dari anggota masyarakat ke kaum pendatang. Dengan cara ini media massa bertujuan untuk meningkatkan kesatuan masyarakat dengan cara memperluas dasar pengalaman umum mereka, namun demikian mengingat sifatnya yang cenderung tidak pribadi, media massa dituduh ikut berperan dalam depersonalisasi masyarakat (*Disfungsi*). Media massa di letakkan di antara individu dan menggeser hubungan langsung pribadi dalam komunikasi.

3. Macam-Macam Media

Manusia memanfaatkan segala sesuatu dalam upaya mencapai tujuan. Segala tujuan tersebut memerlukan media perantara yang dapat menjembatani antara keinginan dalam mencapai keberhasilan. Media dapat berperan sebagai penghubung antara pihak pertama dan pihak kedua yang saling membutuhkan. Sama halnya dalam komunikasi yang didalamnya memerlukan media sebagai penghubung sebab akibat yang dapat

mensukseskan jalannya komunikasi. Media merupakan alat atau sarana yang digunakan untuk menyampaikan pesan dari komunikator kepada khalayak. Khalayak merupakan komunikan dari komunikasi masa yang berjumlah lebih dari satu individu. (Hafied cangara,2003). Dalam komunikasi masa, media yang digunakan untuk berkomunikasi disebut media masa. Media masaa adalah alat yang digunakan dalam penampaian pesan dari sumber kepada khalayak (penerima) dengan menggunakan alat-alat komunikasi mekanis seperti surat kabar, film, radio dan televisi (Elvinaro, 2007).

Sebagai perantara, media berfungsi memperlancar proses komunikasi massa sesuai dengan apa yang diharapkan komunikator. Media massa berfungsi sebagai alat untuk menyampaikan berita, penilaian atau gambaran umum tentang berbagai hal, media mempunyai berbagai peran untuk berintuisiyang dapat membentuk opini publik. Media juga dapat berkembang menjadi kelompok penekan atas suatu ide atau gagasan, dan bahkan suatu kepentingan atau citra yang merepresentasikan untuk diletakan dalam konteks kehidupan yang lebih empiris (Elvinaro, 2007). Media massa juga merupakan media komunikasi masyarakat yang mampu menimbulkan keserempakan dalam arti khalayak dalam jumlah yang relatif sangat banyak secara bersama-sama memperhatikan pesan yang dikomunikasikan melalui media tersebut.

Media massa tumbuh dan berkembang dengan sangat pesat seiring perkembangan zaman. Media massa dibagi menjadi dua yaitu media cetak dan media elektronik. Media cetak adalah sarana media massa yang dicetak dan di terbitkan secara berkala seperti surat kabar, majalah. Media elektronik adalah media massa yang menggunakan alat-alat elektronik modern, misalnya radio, televisi dan film (KBBI, 1998). Media massa bentuknya antara lain media elektronik (televisi, radio), media cetak (surat kabar, majalah, tabloid) (Nurudin, 2007)

Jadi media dalam komunikasi massa mempunyai peranan yang sangat penting dalam memberi tahu dan mempengaruhi khalayak umum sehingga

didalamnya mengandung unsur dan memberi sumbangsih terhadap efektifitas komunikasi massa. Pemilihan media yng tepat akan membantu komunikator menyampaikan pesan dengan jelas dan mudah dimengerti serta dimaknai, sehingga tercipta satu persepsi yang sama.

B. Informasi Sosial Kemasyarakatan

Pengertian Informasi Sosial Kemasyarakatan

Informasi adalah sekumpulan pesan,data, atau fakta yang telah diproses dan diolah sedemikian rupa sehingga menghasilkan sesuatu yang bisa dipahami dan memberikan manfaat bagi penerimanya. Ada beragam teori informasi yang digunakan oleh para ahli yang berusaha menjelaskan makna “informasi” dalam kalimat yang bisa dipahami oleh orang banyak dalam pengertian yang hampir seragam. Informasi adalah data yang sudah diproses menjadi bentuk yang berguna bagi pemakai, dan mempunyai nilai pikir yang nyata bagi pembuatan keputusan pada saat sedang berjalan atau untuk prospek masa depan (Amsyah, 1977).

Pengertian sosial adalah kata sosial berasal dari bahasa Latin *socius* yang berarti segala sesuatu yang lahir, tumbuh, dan berkembang da;am kehidupan bersama (Salim, 2002). Pengertian sosial pada strukturnya, yaitu suatu tatanan dari suatu hubungan sosial dalam masyarakat yang menempatkan pihak-pihak tertentu (individu, keluarga, kelompok, kelas) di dalam posisi-posisi sosial tertentu berdasarkan suatu sistem nilai dan norma yang berlaku pada suatu masyarakat pada waktu tertentu (Ibrahim, 2003).

Dengan demikian, Informasi sosial adalah memiliki acuan pada hubungan yang ada antara orang-orang yang memiliki interaksi berulang yang dirasakan oleh peserta memiliki makna pribadi. Interaksi sosial biasanya dibatasi dan diatur oleh norma sosial dan budaya, antara dua orang atau lebih, dengan masing-masing memiliki posisi sosial dan menjalankan peran sosial. Interaksi sosial dapat dipelajari antara kelompok dua (*diad*), tiga (*triad*), atau kelompok sosial yang lebih besar (Al-Amin, 2022).

Kemasyarakatan berasal dari kata masyarakat, menurut Horton dan Hunt, masyarakat adalah sekumpulan manusia yang secara relatif mandiri, yang secara bersama-sama cukup lama, yang mendiami suatu wilayah tertentu, memiliki kebudayaan yang sama, melakukan sebagian besar kegiatannya dalam kelompok tersebut. Sedangkan menurut Gana, masyarakat adalah sejumlah manusia yang merupakan satu kesatuan golongan yang berhubungan tetap dan mempunyai kepentingan yang sama. Seperti, sekolah, keluarga, perkumpulan, negara semua adalah masyarakat. Berdasarkan beberapa pendapat di atas dapat disimpulkan bahwa kemasyarakatan adalah sekumpulan manusia yang merupakan satu kesatuan golongan yang mendiami suatu wilayah (Djola, 2021).

Berdasarkan dari beberapa definisi tersebut, maka dapat disimpulkan bahwa informasi sosial kemasyarakatan adalah sekumpulan pesan fakta yang berkaitan dengan kegiatan kemasyarakatan seperti, informasi mengenai sosial, kriminalitas, kenakalan remaja, lingkungan hidup, aliran sesat, dan lain-lain. Informasi tersebut dikemas melalui proses pengolahan yang sedemikian rupa guna menghasilkan informasi yang dapat dipahami dan bermanfaat bagi masyarakat disatu wilayah (penerimanya).

C. Ruang Redaksi (*News Room*)

1. Pengertian Ruang Redaksi

Ruang redaksi adalah bagian atau orang dalam sebuah organisasi pers yang bertugas untuk menolak atau mengizinkan pemuatan sebuah tulisan atau berita. Pertimbangan yang digunakan bisa menyangkut aspek apakah tulisan atau berita itu bernilai berita atau tidak, menarik tidaknya bagi pembaca, serta menjaga corak politik yang dianut penerbit pers tersebut. Di samping itu, bertugas untuk memperhatikan bahasa, akurasi, dan kebenaran tulisan atau beritanya, termasuk di dalamnya menjaga agar tidak salah (Kurniawan 1991). Dari pengertian diatas secara ringkas dapat disimpulkan bahwa redaksi adalah sekumpulan orang (*team work*) yang bekerja dalam organisasi media massa yang bekerjasama dan bersinergi untuk mencapai tujuan yang tugas utamanya ialah mempertimbangkan ata memilih berita yang layak dimuat atau yang tidak layak dimuat baik dari segi bahasa,

akurasi atau keabsahan tulisan yang kesemuanya akan dipertimbangkan oleh redaktur pada sebuah media.

Keputusan redaksi jangan sampai hanya mempertimbangkan segi bisnisnya saja, karena untuk pemasaran sudah dicakup oleh perusahaan pers itu sendiri. Maka, redaksi dalam menurunkan berita pun harus atas dasar pertimbangan peraturan redaksional. Yakni berita yang mampu memberi implikasi positif kepada audiens. Keputusan yang baik memerlukan pertimbangan-pertimbangan yang masak dan tepat pula. Jangan sampai berita sudah terlanjur diturunkan karena pertimbangan tertentu, lantas diralat kembali. Sikap ini menunjukkan ketidakbaikannya strategi redaksi itu sendiri.

2. Tugas Redaksi

a. Pemimpin Redaksi

Bertanggung jawab terhadap isi redaksi penerbitan, bertanggung jawab terhadap kualitas produk penerbitan, memimpin rapat redaksi, memberikan arahan terhadap semua tim redaksi mengenai berita yang akan dimuat pada setiap edisi, menentukan layak atau tidaknya suatu berita, foto, dan desain untuk sebuah penerbitan, bertanggung jawab terhadap pihak lain yang merasa dirugikan atas pemberitaan yang telah dimuat, sehingga pihak lain melakukan somasi, tuntutan hukum atau mengugat kepengadilan sesuai dengan aturan tanggung jawab oleh pimpinan redaksi bila dilimpahkan kepada pihak lain yang dianggap telah melakukan kesalahan tersebut.

b. Redaktur Pelaksana

Redaktur Pelaksana bertanggung jawab terhadap mekanisme kerja redaksi sehari-hari, memimpin rapat perencanaan, cek penulisan dan rapat terakhir sidang redaksi, membuat perencanaan isi terhadap setiap penerbitan, bertanggung jawab terhadap isi redaksi penerbitan dan foto, mengkoordinasikan kerja para redaktur atau penanggung jawab rubrik, mengkoordinasikan alur perjalanan naskah dari bagian setting atau layout kepercetakan, mengedit naskah, data, judul foto

para redaktur mengarahkan dan mensurvevise kerja para redaktur dan reporter, memberikan penilaian secara kualitatif dan kuantitatif kepada redaktur secara periodik.

Memeriksa, mengedit dan menyempurnakan naskah sesuai dengan penulisan bahasa Indonesia yang baik dan benar, menyesuaikan naskah yang sudah diedit dalam bahasa Indonesia kedalam bahasa jurnalistik, mengubah pengulangan kata-kata yang sama dalam suatu tulisan, sehingga kalimat dalam naskah menjadi bervariasi, mengedit penggunaan logika bahasa dan alur naskah. Adapun yang termasuk dalam kelompok redaktur pelaksana adalah sebagai berikut :

1) Koordinator Liputan

Memantau dan mengagendakan jadwal berbagai acara, membuat mekanisme kerja komunikasi antar redaktur dan reporter, dan memberikan lembar penugasan kepada reporter atau wartawan dan fotografer, serta mengadministrasikan tugas tugas yang diberikan kepada setiap reporter dan memantau tugas-tugas harian para wartawan atau reporter.

2) Reporter

Mencari dan mewawancarai sumber berita yang ditugaskan redaktur atau atasan, menulis hasil wawancara, investigasi, laporan kepada redaktur atau atasannya memberikan usulan berita kepada redaktur atau atasannya terhadap suatu informasi yang dianggap penting untuk diterbitkan, membina dan menjalin lobi dengan sumber-sumber penting diberbagai instansi dan menghadiri acara pers konferensi yang ditunjuk redaktur atau atasannya.

3) Fotografer

Menjalankan tugas pemotretan yang diberikan redaktur atau atasannya, melakukan pemotretan sumber berita, suasana acara, aktifitas suatu objek, lokasi kejadian, gedung, benda-

benda lain dan melaporkan setiap kegiatan pemotretan kepada atasan.

4) Sekretaris Redaksi

Menata dan mengatur undangan dari yang berkaitan dengan pemberitaan, menghubungi sumber berita atau instansi untuk pendaftaran, konfirmasi atau pembatalan undangan, wawancara atau kunjungan kerja, mendukung kebutuhan kerja para wartawan dalam meliput suatu acara, menata keperluan keuangan redaksi dan mengatur jadwal rapat redaksi.

5) Desain Grafis

Mendesain dan melayout setiap halaman dengan naskah, foto dan angka-angka, menulis judul berita, anak judul, caption foto, nama penulis pada setiap naskah

3. Kegiatan Redaksi

Rapat redaksi sangat penting dan harus rutin dilakukan sebelum dan saat penggarapan media berlangsung. Karena akan mempermudah kita mengetahui perkembangan dari setiap anggota tim yang telah mendapatkan tugas. Secara sederhana kegiatan redaksi terbagi menjadi 3 tahapan, dimana tahapan-tahapan tersebut memiliki fungsi khusus yang saling terkait satu sama lain. Tahapan tersebut adalah :

a. Rapat Redaksi

Redaksi adalah foreplay bagi pegiat pers untuk melakukan kegiatan jurnalistik. Dalam rapat redaksi kita akan menentukan tema, penentuan sumber berita, segmentasi berita, rubrikasi dan pembagian kerja. Penentuan tema berfungsi sebagai pedoman kita dalam membuat berita. Sebisa mungkin berita yang disampaikan harus sesuai dengan tema yang telah ditentukan. Karena akan jadi lucu saat tema membahas pahlawan namun isi media adalah dodol garut. Tema menjadi hal vital dalam suatu penerbitan media, karena ia akan menentukan arah penulisan dan isi dari media tersebut.

Berikutnya adalah penentuan narasumber berita. Narasumber berfungsi sebagai sumber informasi, ahli dalam bidang tertentu dan saksi dalam sebuah peristiwa. Narasumber dapat pula menjadi penguat fakta dalam berita yang ingin di sampaikan.

Berikutnya adalah segmentasi berita, segmentasi berfungsi sebagai acuan objek pemakai dari produk yang akan kita luncurkan. Agar penerbitan yang kita lakukan itu bisa cocok dengan target audience-nya. Dengan begitu penerbitan anda akan laris.

Berikutnya adalah rubrikasi, tahap ini adalah menentukan konten dari sebuah majalah atau buletin yang akan kita buat. Rubrikasi akan merepresentasikan pemahaman kita, dan masalah yang akan di bahas. Sehingga akan mempermudah bagi pembaca untuk mengerti suatu permasalahan. Selain tu rubrikasi akan mempermudah pembagian kerja bagi semua tim yang ada. Dan yang terakhir yang dilakukan dalam rapat redaksi adalah pembagian kerja.

Pembagian kerja berfungsi untuk memberikan kesempatan bagi anggota tim untuk saling berbagi pengalaman, berbagai ilmu dan saling mengisi keterbatasan kemampuan individu dalam menyelesaikan dan mengatasi sebuah permasalahan dalam kegiatan jurnalistik.

b. Reportase dan Penulisan Berita

Setelah pembagian kerja menjadi jelas, berikutnya ialah proses reportase dan penulisan berita. Dalam reportase, reporter sudah mempunyai target per hari atau per minggu menyesuaikan dengan deadline. Pengambilan data juga informasi pendukung lainnya sebaiknya tidak hanya sekedarnya. Kevalidan berita menjadi nilai tersendiri bagi pembaca. Penulisan berita menjadi tugas wartawan, setiap media memiliki standar penulisan tersendiri, karena itu seorang reporter harus terus berkoordinasi dengan redaktur pelaksana selama proses pembuatan berita. Hal ini berfungsi agar berita yang dihasilkan tidak melenceng dari misi media tersebut.

c. Editing dan Koreksi

Pada dasarnya, dalam sistem redaksi yang baik, ada dua editor. Yaitu; editor bahasa dan editor berita. Fungsinya tentu saja berbeda. Editor bahasa hanya bertugas mengedit bahasa agar lebih mudah diterima oleh pembaca. Perlu diperhatikan sebelumnya, berita tersebut harus diedit dulu oleh editor berita.

4. Strategi Media *Newsroom*

Strategi media. Menurut Fred R David (2002) strategi merupakan sebuah upaya untuk menggapai tujuan – tujuan pada jangka panjang yang merupakan sebuah tindakan berdasarkan ketentuan manajemen puncak dan sumber daya perusahaan yang banyak untuk merealisasikannya. Strategi dapat berpengaruh dalam kehidupan organisasi pada jangka panjang paling tidak selama waktu 5 tahun. Oleh karena itu, strategi memfokus pada masa depan. Menurut Head-Sterling menjelaskan bahwa stasiun televisi harus memiliki sejumlah strategi sebagai cara untuk menarik audien masuk ke stasiun televisi sendiri (inflow) dan menahan audien yang sudah ada untuk tidak pindah saluran atau mencegah audiens keluar ke stasiun televisi lain (outflow). Strategi media menurut Peter Pringle (dalam Morissan, 2013) terdiri dari perencanaan program, produksi program, eksekusi program, pengawasan dan evaluasi program.

- a. perencanaan program, Production Assistant NET TV mengemukakan bahwa untuk jangka pendek mereka akan lebih fokus pada peliputan jurnalis dilapangan, peralatan produksi yang maksimal agar gambar yang dihasilkan sempurna, serta pembaruan pada reporter serta konten liputan itu sendiri agar penonton tidak bosan dan terus merasa tertarik pada acara tersebut. Untuk rencana jangka panjang, mereka melakukan riset secara berkala agar tayangan *The Newsroom* tidak menjenuhkan sambil terus meningkatkan minat dunia jurnalistik pada khalayak luas, dengan tujuan masyarakat dapat membantu promosi yang dilakukan oleh tim NET TV selain mempromosikan acara tersebut melalui media sosial. Seperti yang diungkapkan oleh Production Assistant program

The Newsroom, yang mengatakan “Untuk promosi acara ini akan kami fokuskan pada sosial media karna tahun-tahun kedepan kami yakin sosial media akan makin banyak dilihat dibanding tahun tahun sebelumnya. Untuk itu The Newsroom harus dibuat dengan mengikuti perubahan tersebut.”

penentuan penonton juga telah direncanakan oleh tim, dimana penonton yang menjadi tujuan dari program ini ialah masyarakat dengan kelompok usia remaja hingga dewasa awal. Tim NET TV juga telah melakukan riset atas dasar penentuan jam tayang dengan tujuan penonton tersebut. Seperti yang dikemukakan oleh Production Assistant program acara The Newsroom: “Target audiens The Newsroom adalah mahasiswa, usia remaja dan milenial. Hal ini sesuai dengan target audiens keseluruhan di NET TV untuk mendapatkan target audiens yang dibutuhkan pada waktu tertentu, tim telah melakukan riset untuk hari dan jam tayang yang potensial untuk mendapatkan audiens sebanyak mungkin. Menentukan target audiens yang tersedia pada waktu tertentu merupakan hal penting untuk menyesuaikan pasar dan tujuan program.”

Setelah perencanaan program selesai, maka tim program The Newsroom beralih pada tahap produksi program, dimana tim melakukan berbagai kegiatan dengan tujuan untuk membuat tayangan program menjadi layak tonton serta berkualitas. Tahap praproduksi ialah tahapan yang pertama dilakukan, disini tim akan memilih proyeksi liputan yang menarik untuk ditayangkan, karena program ini berdasarkan kejadian serta peristiwa yang nyata, oleh karena itu tiap jurnalis yang akan mencari atau menayangkan berita akan ditemani oleh seorang Video Jurnalis yang memiliki tanggung jawab untuk mengambil gambar serta mengabadikan momen – momen yang menarik untuk tayang pada program The Newsroom.

- b. Selanjutnya akan masuk pada tahap produksi, dimana menurut Production Assistant program The Newsroom tiap tayangan akan diusahakan dibuat semenarik mungkin dengan dilakukannya testimoni tiap reporter yang menjalankan adegan tersebut. Testimoni akan dilakukan dengan naskah yang telah disesuaikan dengan gambar yang akan tayang nantinya, testimoni itu sendiri dibuat agar tayangan penonton dapat lebih memahami liputan dengan secara lebih mendalam dengan apa yang terjadi dilapangan. Pemilihan reporter dengan berpenampilan menarik juga menjadi salah satu usaha agar program ini tidak menjenuhkan.

Untuk tahapan pasca produksi, tim akan melakukan sunting atau proses penyempurnaan hasil pengambilan gambar agar layak tayang. Pada tahapan ini akan didampingi oleh Production Assistant dan video jurnalis program The Newsroom agar hasil penyuntingan sesuai dengan ide dan konsep program. Karena The Newsroom merupakan program dokumenter dengan nilai berita, maka tidak banyak dilakukan saat proses sunting.

Tiap liputan yang akan ditayangkan pada program ini beragam, disesuaikan dengan apa yang sedang bejalan di masyarakat. Walaupun berita yang ditayangkan bukan berita dengan komposisi yang berat tidak bermasalah, dengan syarat tetap memiliki kualitas tayang yang baik serta memiliki sisi menghibur. Tim akan selalu memilih tayangan yang memiliki nilai mengedukasi dan informatif yang akan ditayangkan kepada pemirsa. Program The Newsroom itu sendiri terdiri dari lima segmen, diawali dengan berita yang dirasa cukup dapat menarik penonton untuk menonton program itu sendiri. Hal ini serupa dengan diungkapkan oleh Reporter Senior program The Newsroom :
“Liputan apapun itu, hard news kemudian feature semua jadi liputan The Newsroom asalkan memiliki nilai tayangan yang informatif dan juga edukatif untuk ditayangkan kepada masyarakat”

- c. Setelah tahap penayangan, The Newsroom melakukan proses tahapan pengawasan dan evaluasi program. Kegiatan pengawasan program siaran yang dilakukan oleh KPI (Komisi Penyiaran Indonesia) salah satunya adalah survei indeks kualitas siaran televisi. Hasil survei yang diberikan oleh KPI dijadikan acuan bagi media dalam memproduksi tayangan. Kegiatan evaluasi program dilakukan dengan cara pertemuan dan melakukan brainstorming. Dalam evaluasi, tim akan mengetahui jumlah komposisi penonton melalui laporan riset rating. Hal tersebut diungkapkan oleh Production Assistant program The Newsroom dalam wawancara: “Evaluasi sangat penting dilakukan karena tim akan dapat mengetahui apa yang harus digali untuk tayangan selanjutnya yang lebih update dan menarik yang ada disekitar masyarakat. Untuk meeting dilakukan melalui informasi dari Production Assistant yang diarahkan oleh produser. Atau membaca saran-saran dari penonton di media sosial yang kemudian dijadikan evaluasi untuk The Newsroom sehingga dapat selalu ditonton oleh banyak orang karena dinilai tidak membosankan.”

Seperti yang diungkapkan diatas, pada tahap evaluasi program The Newsroom melibatkan penonton untuk memberikan saran dan juga pendapat tentang tayangan The Newsroom yang kemudian akan dijadikan acuan untuk memperbaiki program.

5. Berita

- a. Pengertian Berita

Berita adalah “new” yang berarti baru dan bergulir menjadi “news” dengan konotasi mengarah pada hal-hal baru, informasi yang penting bagi khalayak dan disampaikan dalam bentuk berita. Berita adalah laporan tentang apa yang terjadi paling baru atau mutakhir. Sedangkan menurut Bleyer, berita yang diincar wartawan adalah sesuatu yang menarik perhatian dan hangat dibicarakan khalayak (Hornbby, 1961).

Berita adalah informasi aktual mengenai fakta-fakta dan opini yang menarik perhatian orang (Hikmat, 2006). Berita merupakan alur cerita mengenai suatu peristiwa (Sudirman Teba, 2005). Adapun definisi lain dari berita adalah alur cerita peristiwa yang memenuhi empat unsur diantaranya cepat, penting, nyata dan menarik (Asep 2005). Senada dengan yang disampaikan pada ayat 11 QS. An-nur.

إِنَّ الَّذِينَ جَاءُوا بِالْإِفْكِ عُصْبَةٌ مِّنْكُمْ لَا تَحْسَبُوهُ شَرًّا لَّكُم بَلْ هُوَ خَيْرٌ لَّكُمْ
لَكُلِّ امْرِئٍ مِّنْهُمْ مَا اكْتَسَبَ مِنَ الْإِثْمِ وَالَّذِي تَوَلَّى كِبْرَهُ مِنْهُمْ لَهُ عَذَابٌ عَظِيمٌ

Artinya: *Sesungguhnya orang-orang yang membawa berita bohong itu adalah dari golongan kamu juga. janganlah kamu kira bahwa berita bohong itu buruk bagi kamu bahkan ia adalah baik bagi kamu. tiap-tiap seseorang dari mereka mendapat Balasan dari dosa yang dikerjakannya. dan siapa di antara mereka yang mengambil bagian yang terbesar dalam penyiaran berita bohong itu baginya azab yang besar (QS. An-Nur: 11).*

ayat tersebut menjelaskan bahwa pentingnya setiap manusia memperhatikan berita yang di sampaikan orang lain, karena bukan berarti berita tersebut benar, maka penting nya setiap manusia mensharing berita yang di terima. Dari beberapa definisi diatas dapat penulis simpulkan bahwa berita adalah informasi aktual mengenai fakta dan opini dengan memperhitungkan beberapa aspek yaitu kedekatan georagrif antara khalayak dengan peristiwa, keterkenalan, dan peristiwa.

b. Jenis Berita

Setiap surat kabar memiliki kriteria masing-masing dalam membuat laporan. Konten yang diberitakan pun beragam, dari ekonomi, bisnis, politik, gaya hidup, musik, hiburan, dan lain sebagainya. Namun umumnya, jenis berita terbagi menjadi :

1) Berita Berat (*Hard News*)

Hardnews tergolong berita langsung, sama dengan halnya straightnews dan spotnews. Kabar dalam jenis ini adalah peristiwa

yang dianggap penting bagi masyarakat, baik sebagai individu, kelompok maupun organisasi. Poin penting dalam berita hardnews adalah aktualisasi, berupa sesuatu yang baru diketahui atau baru ditemukan. Semakin baru berita yang disiarkan, maka semakin baik (Suryawati, 2011).

2) Berita Ringan (*Soft News*).

Jenis berita ini juga disebut berita feature, yaitu berita yang tidak terikat dengan aktualitas namun memiliki daya tarik bagi khalayak. Feature biasanya berisi hal-hal yang mencengangkan, mengherankan, maupun menakjubkan. Dalam muatan berita feature terdapat emosi yang dapat dirasakan pembaca, bisa berupa kekhawatiran, bangga, konyol, dan juga menimbulkan rasa empati. Dengan kata lain, feature adalah berita kemanusiaan yang sulit disampaikan sebagai cerita lugas (Tamburaka, 2013).

3) Berita Mendalam (*Indepth News*)

Berita mendalam menempatkan fakta atau pendapat pada satu mata rantai laporan berita dan merefleksikan masalah dalam konteks yang lebih luas (Suryawati, 2011). Biasanya, berita kategori ini bersifat investigatif yang diangkat dari isu kontroversial di masyarakat.

4) Nilai Berita

Ada banyak pandangan mengenai nilai berita dalam kajian jurnalistik. Sebagian menekankan pada unsur yang terkandung dalam berita, sebagian menilainya dari segi sifat. Beberapa formulasi nilai berita yang dianggap penting dalam sebuah berita adalah :

- 1) Akurat (*accuracy*)
- 2) Berlaku umum (*universality*)
- 3) Jujur dan adil (*fairness*)
- 4) Nilai kemanusiaan (*humanity*)
- 5) Segera (*immadiate*)

Kriteria berita atau unsur-unsur nilai berita yang satu atau beberapa di antaranya bisa ditemukan ketika kita membaca sebuah berita :

1) Aktualitas (*actual*)

Bagi surat kabar, semakin aktual beritanya, maka semakin baru peristiwa tersebut dilaporkan dan nilai beritanya akan semakin tinggi. Masyarakat cenderung ingin tahu secepat mungkin tentang sebuah kejadian maupun perkembangan informasi tersebut. Peristiwa kota atau kejadian kriminal akan menarik untuk dimuat di koran pagi harinya, namun sudah basi untuk dimuat dua hari (*lusa*) setelahnya.

2) Kedekatan

Kedekatan secara geografis, di mana orang-orang tertarik untuk mengetahui berita tentang daerah tempat tinggal atau asalnya. Selain kedekatan fisik juga terdapat kedekatan emosional berupa empati ataupun perasaan sedih dan senang berupa bakat, minat, dan profesi (Barus, 2010).

Dalam hal ini, surat kabar maupun tayangan berita daerah lebih banyak menyorot apa yang terjadi di wilayah publikasinya. Bahkan, media massa nasional pun tetap berusaha menjangkau wilayah-wilayah tertentu agar bisa menarik minat khalayak.

3) Ketenaran

Orang-orang terkenal baik pejabat pemerintahan ataupun artis film, setiap langkahnya bisa dijadikan berita dan menarik perhatian khalayak. Walaupun ada berita serupa namun terjadi pada kalangan biasa, maka nilai beritanya tidak terlalu kuat. Media massa bisa memainkan peran apakah yang akan diberitakan mengenai orang tersebut adalah kebajikannya ataupun keburukannya. Selain orang atau individu, ketenaran juga meliputi tempat-tempat terkenal, peristiwa besar, hari penting, dan sebagainya. Pada dasarnya, ketenaran dalam nilai

berita adalah sosok atau sesuatu yang benar-benar besar untuk diberitakan.

4) Dampak

Nilai berita ini adalah suatu ukuran yang akan berimbas pada banyak orang, apakah berita itu dinilai biasa saja atau kejadian luar biasa. Dampak berita tidak hanya sekadar imbas terhadap perekonomian individu dan masyarakat, namun juga perubahan sosial dan iklim politik di suatu wilayah.

5) Ketertarikan

Pokok penting nilai berita ini adalah adanya empati yang menggugah perasaan khalayak. Dalam artian masyarakat mampu merasakan hal yang terjadi atas peristiwa pemberitaan yang telah disebarluaskan. Berita yang mengandung unsur simpati ini pula yang kemudian mencetuskan aksi galang dana atau donasi oleh sebagian orang yang peduli.

Unsur nilai tersebut tidak bisa berdiri sendiri dalam satu berita. Ada penguat lainnya yang menjadikan berita tersebut menjadi menarik dan penting untuk dipublikasi. Karena setiap khalayak memiliki ketertarikan yang berbeda-beda, itu sebabnya beberapa surat kabar maupun media pemberitaan lain selalu memiliki banyak kolom atau segmen agar tetap mendapat perhatian dari masyarakat berdasarkan sesuatu yang disukai.

BAB III

STRATEGI MEDIA MENGOLAH INFORMASI SOSIAL KEMASYARAKATAN (STUDI NEWSROOM PADA JAWA POS RADAR SEMARANG)

A. GAMBARAN UMUM NEWSROOM PADA JAWA POS RADAR SEMARANG

1. Sejarah Jawa Pos Radar Semarang

Jawa Pos Jawa Pos Radar Semarang Jawa Pos Jawa Pos Radar Semarang merupakan surat kabar harian yang diterbitkan oleh perusahaan PT. Semarang Intermedia Pers. Jawa Pos Jawa Pos Radar Semarang sendiri memiliki kantor redaksi di Jalan Veteran No. 55, Kelurahan Lemponsari, Kota Semarang. Berdirinya perusahaan media ini tak lepas dari ide Dahlan Iskan yang merupakan Chief Executif Officer (CEO) PT. Jawa Pos yang berada di Kota Surabaya.

Kemudian Sukoto selaku General Manager (GM) mengawali untuk mendirikan Jawa Pos Jawa Pos Radar Semarang dengan dibantu beberapa staff administrasi dan staf redaksi untuk menyajikan suplemen berita bagi masyarakat yang berada di wilayah Kota Semarang. Hingga pada 1 April 2000 Jawa Pos Jawa Pos Radar Semarang resmi berdiri untuk memenuhi kebutuhan masyarakat akan informasi terutama yang berada di wilayah Kota Semarang.

Jawa Pos Jawa Pos Radar Semarang atau yang sering di sebut Jawa Pos Radar Semarang ini berada dibawah naungan Jawa Pos Grup yang juga menaungi 151 surat kabar daerah dan nasional, majalah, tabloid, serta beberapa stasiun televisi lokal. Surat kabar yang tergabung dalam Jawa Pos sendiri memiliki sebutan masing-masing. Untuk jawa pos yang berada di pusat yang berkantor di Surabaya mereka menyebutnya Jawa Pos Metropolis dan untuk di wilayah luar

wilayah Surabaya mereka menyebutnya “radar” untuk wilayah regionalnya. Perusahaan media cetak ini memiliki 12 halaman yang terbit bersama Radar Magelang, Radar Temanggung, Dan Radar Wonosobo.

Masing-masing radar ini mempunyai nama dihalaman tersendiri. Seperti Radar Semarang, metropolis, Ungaran-Salatiga, Kendal-Demak, Radar Magelang, Radar Temanggung, Radar Wonosobo, Radar Magelang Raya, Metro Pekalongan, dan Semarang Around.

Jawa Pos Radar Semarang Berada di bawah naungan penerbit PT Semarang Intermedia Pers, Jawa Pos Jawa Pos Radar Semarang memiliki sirkulasi surat kabar sebanyak 55.7000 eksemplar

2. Sajian Berita Jawa Pos Radar Semarang

Salah satu unsur nilai berita adalah kedekatan (proximity) di mana masyarakat tertarik untuk membaca informasi-informasi yang berasal dari daerahnya. Tidak hanya kedekatan secara geografis, kedekatan juga hadir dalam bentuk kesamaan hobi, emosi, dan lain sebagainya.

Jawa Pos Radar Semarang memiliki sajian konten berita yang selalu eksis untuk para pembacanya. Konten atau menu berita yang dihadirkan Jawa Pos Radar Semarang memiliki edisi harian dan edisi khusus mingguan yang hanya terbit pada hari minggu (Weekend) dan hari senin (Sunday). Selain itu sebagai perusahaan media Jawa Pos Radar Semarang juga menghadirkan edisi khusus hari besar seperti edisi spesial hari kemerdekaan, hari raya dan perayaan besar lainnya.

Berikut sajian berita koran Jawa Pos Jawa Pos Radar Semarang yang terhimpun berdasarkan wilayah edarnya.

1. Metropolis, memuat berita Kota Semarang dan sekitarnya yang memuat berbagai rubrik seperti ekonomi, sosial, pendidikan, kesehatan, kriminal, politik dan infrastruktur.
2. Sosok dan Sisi Lain, memuat kisah inspiratif seorang wanita yang berprestasi di bidang pendidikan ataupun bisnis.

3. Boks, merupakan berita feature yang mengisahkan individu atau sekelompok orang yang memiliki kisah inspiratif yang patut dibaca oleh masyarakat.
4. Ambyar, berita ringan yang juga termasuk features ini berisi cerita tentang masalah rumah tangga sepasang suami istri dengan nama tokoh disamarkan.
5. Sport, memuat berita olahraga seputar sepak bola dan PSIS Semarang.
6. Otomotif, berisi berita seputar otomotif.
7. Catatan, memuat catatan sehari-hari dari sudut pandang Baehaqi, Direktur Jawa Pos Jawa Pos Radar Semarang.
8. Ungaran-Salatiga dan Kendal-Demak, berita seputar UngaranSalatiga dan Wilayah Kendal-Demak..
9. Radar Magelang dan Radar Magelang Raya, memuat berita wilayah Kota Magelang dan Magelang Kota.
10. Radar Temanggung, memuat berita wilayah Temanggung dan Sekitarnya.
11. Radar Wonosobo, memuat berita wilayah Wonosobo dan Sekitarnya.
12. Metro Pekalongan, memuat berita wilayah Pekalongan dan Sekitarnya.
13. Semarang Around, memuat berita wilayah Semarang Kota.
14. Advedtorial, berita periklanan berbayar.

Sajian berita pada Jawa Pos Radar Semarang yang terbit pada edisi *Weekend* dan *Sunday* Jawa Pos Radar Semarang:

1. Cover Story, kategori features yang memuat berita mendalam tentang suatu peristiwa yang biasanya sedang marak di masyarakat.
2. Diajeng, berisi berita ringan mengenai wanita karir yang sukses dan memiliki kisah inspiratif.

3. Jos Gandos, seputar kuliner unik yang berada di wilayah Semarang dan sekitarnya.
4. Melancong, informasi mengenai tempat wisata di daerah Semarang dan sekitarnya.
5. Merinding, berisi mengenai cerita mistis seperti pengalaman menyeramkan horor di suatu tempat.
6. Hobi, menampilkan profil seseorang atau komunitas yang memiliki hobi menarik. Berita hobi bisa mulai dari olahraga, game, tanaman, peliharaan, otomotif, kerajinan, teknologi hingga fashion.
7. Sang Praja, memuat berita advertorial tentang para tokoh pemimpin masyarakat yang di suatu wilayah dengan dedikasinya memoles potensi lokal, dan memberdayakan warga.
8. Komunitas, berita ringan mengenai kisah inspiratif dan menghibur mengenai suatu komunitas.

3. Visi dan Misi

a. Visi

Menjadi media digital terkini dan terpercaya untuk masyarakat, khususnya Jawa Tengah.

b. Misi

- 1) Memberi informasi yang baik bagi masyarakat.
- 2) Menjadi sarana komunikasi dan aspirasi yang edukatif.
- 3) Menjadi perusahaan digital terpercaya, sehat, dan berkembang.

B. STRATEGI JAWA POS RADAR SEMARANG DALAM MENGOLAH INFORMASI SOSIAL KEMASYARAKATAN MELALUI *NEWSROOM* KEPADA MASYARAKAT

Strategi merupakan tindakan yang bersifat senantiasa meningkat (*incremental*) dan terus menerus, serta dilakukan berdasarkan sudut pandang tentang apa yang diharapkan oleh para pelanggan dimasa depan. Dengan demikian, strategi hampir selalu dimulai dari apa yang dapat terjadi

dan bukan dimulai dari apa yang terjadi. Terjadinya kecepatan inovasi pasar yang baru dan perubahan pola konsumen memerlukan kompetensi inti (*core competencies*). Perusahaan perlu mencari kompetensi inti didalam bisnis yang dilakukan (Rahim & Radjab, 2016).

Sehingga dalam memproduksi materi pemberitaan yang berkualitas, maka diperlukan rapat redaksi supaya berita dapat diterima dengan baik. Kekuatan dan daya tarik sebuah media cetak dimata pembaca adalah terletak pada berita dan informasi yang disajikan. Sebelum disajikan, terlebih dahulu melalui proses yang terdiri dari tahapan yang telah dipersiapkan, dan menjadi tanggungjawab bidang redaksional beserta unsur-unsur yang terkait di dalamnya dalam mengelola penerbitan tersebut.

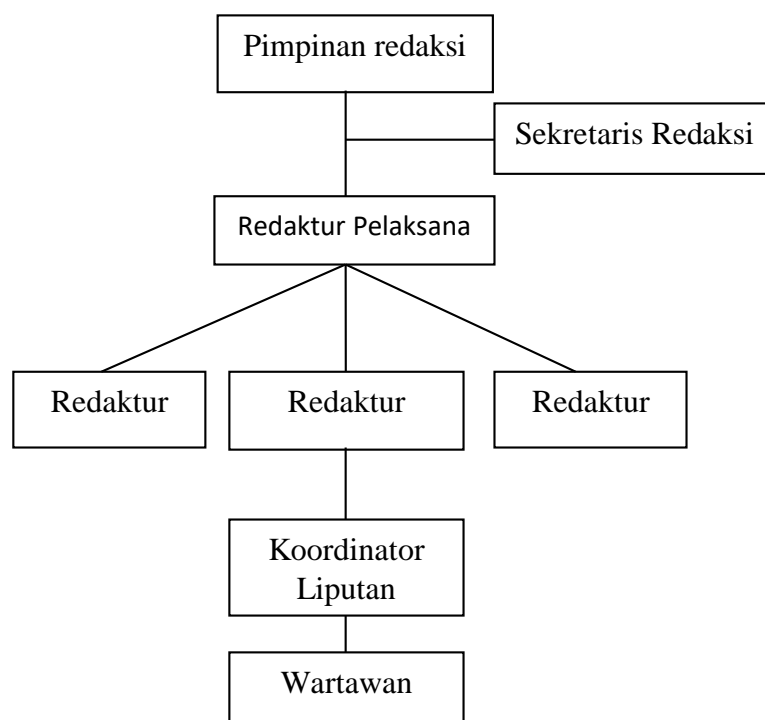
Ruang redaksi (*Newsroom*) merupakan tempat dimana keseluruhan awak media berkumpul melakukan rangkaian kegiatan yang bersifat formal dalam pembagian tugas serta penyusuna berita dari awal sampai pada pencetakan berita yang kemudian disebarluaskan pada masyarakat.

Jawa Pos Jawa Pos Radar Semarang memiliki pimpinan redaksi yang bertanggung jawab atas pekerjaan yang terkait dengan pencarian dan pengelolaan beritu. Maka dari itu Jawa Pos Radar Semarang memerlukan rapat redaksi yang memumutuskan peristiwa yang akan di angkat ke publik. Wartawan dalam Jawa Pos Radar Semarang sebelum turun ke lapangan terlebih dahulu mendengarkan apa yang disampaikan dalam rapat redaksi sehingga mendapatkan apa saja berita yang akan diliput. Keputusan dalam ruang redaksi menghasilkan beberapa poin diantaranya, redaktur pelaksana memilih berita mana yang akan tayang, jika tidak ada kendala lanjut ke proses berikutnya langsung peliputan. Penugasan koordinator liputan mengatur wartawan bertugas dimana dan meliput apa. Penempatan wartawan dilakukan oleh koordinator liputan Berikut staffing dari Jawa Pos Radar Semarang.

Jawa Pos Jawa Pos Radar Semarang melalui redaktur pelaksana memeilih berita mana yang akan tayang. Jika tidak ada masukan dari redaktur maka berita yang ditawarkan lanjut ke proses berikutnya langsung

ke liputan. Selanjutnya penugasan kordinator liputan mengatur wartawan bertugas dimana dan meliputan apa. Penempatan wartawan dilakukan oleh kordinator liputan jika perlu menumbuh wartawan dilokasi peristiwa. Jika dilapangan kurang orang atau dan tidak bisa verifikasi maka data dikirim ke redaksi untuk diolah melalui sistem. Wartawan harus mempunyai jaringan dan kemampuan konfirmasi apalagi dengan narasumber utama akan lebih baik. kalau seorang wartawa tidak bisa melakukan konfirmasi biasa berita tidak dapat dimuat.

Tahapan pengolahan redaksional adalah pimpinan redaksi yang bertugas merencanakan kegiatan dan strategi keredaksian secara umum dan mengarahkan jalannya proses redaksi, lalu dibantu oleh redaktur. Fungsi staffing adalah menempatkan orang-orang yang terlibat langsung kedalam unit kerja bidang redaksional, yang merupakan fungsi vital karena menyangkut 'sang pelaksana'. Berikut staffing dari Jawa Pos Radar Semarang.



Dengan adanya fungsi *Staffing* tersebut bertujuan memudahkan tugas dan tanggung jawab bagi setiap orang yang terlibat dalam proses pembuatan

berita pada masing jabatan yang ada. Peranan penting dalam pengelolaan berita yang ada pada Jawa Pos Radar Semarang melibatkan semua kedudukan yang ada dalam ruang redaksi. Dalam wawancara yang dilakukan pada Ida Noor Laila selaku redaktur utama menjelaskan bahwa tugasnya dalam pengolahan berita adalah melakukan penyuntingan serta memastikan bahwa seluruh perangkat kerja yang ada dalam Jawa Pos Radar Semarang telah berjalan dengan sesuai dengan aturan. Dalam wawancara terhadap Ida Noor Laila sebagai berikut:

“Seperti yang saya katakan di awal bahwa tanggung jawab seorang redaktur bukan hanya melakukan penyunting saja, beberapa tugas yang lain juga ada mas diantaranya memperhatikan jobdesk pada masing masing bagian apakah mereka telah bekerja dengan sesuai prosedur dalam artian tanggung jawab terhadap apa yang telah diperbuat dengan cara menaati peraturan yang ada dalam ranah pers. Karena dalam dunia jurnalistik terlebih dalam media cetak ada aturan yang berupa kode etik dan itu harus di jalankan sebagai bahan dasar perumusan berita”

Dari hasil wawancara tersebut bahwa tanggung jawab redaktur utama memiliki tugas yang sangat berperan penting. Selain melakukan penyuntingan terhadap berita yang akan diedarkan terlebih lagi memastikan bahwa seluruh tugas dari masing-masing staf Jawa Pos Radar Semarang telah berjalan dengan baik sesuai dengan aturan pers yang berlaku agar berita tersebut layak dikonsumsi dengan menggunakan pemilihan diksi yang tepat dan redaktur melakukan mengoreksi tanda baca pada setiap tulisan.

Kesesuaian berita yang ada dilapangan dan berita yang akan dipublikasikan juga termasuk dalam pengawasan redaktur yang akan menoreksi, mengkroscek antara fakta dilapangan dengan apa yang disampaikan pada berita yang dicetak dan berita tersebut memang benar adanya. Terdapat beberapa tahapan untuk menghasilkan berita, adapun tahapanya sebagai berikut: rapat redaksi, reportase, dan penulisan berita, editing , koreksi, layout, dan tahapan terakhir yaitu pencetakan kemudian ditambah tahapan evaluasi bertujuan sebagai sarana untuk

mengimplementasikan apakah terdapat kekurangan dalam pembuatan berita. Dalam wawancara terhadap Ida Noor Laila sebagai berikut:

“ada mas. Kemasan berita sebelum disajikan tentunya memiliki proses yang panjang dalam ruang redaksi. proses ini melibatkan keseluruhan staf yang ada baik dari wartawan , editor, maun staf yang lain, tentunya hal ini memudahkan supaya ide gagasan yang akan dimunculkan dalam surat kabar sesuai dan pas. Tentunya evaluasi juga harus dilakukan dlam rangka menilai apakah kualitas dari pembahasan berita dapat menarik orang untuk membaca atau tidak, letak dari evaluasi juga penting dan menentukan.

Perihal kualitas berita yang dihasilkan sikap independen harus selalu ikut serta di dalamnya. Jawa Pos Radar Semarang sendiri selalu bersifat netral dan tidak memihak atau terikat dengan pihak tertentu.

Selain independen prinsip keberimbangan selalu diterapkan oleh Jawa Pos Radar Semarang maksudnya keberimbangan adalah memberikan ruang atau waktu pemberitaan kepada pelaku dan korban secara proporsional. Jadi wartawan tidak hanya menggali informasi dari satu belah pihak saja namun keduanya untuk di cari kebenarannya. Hal ini biasanya terjadi pada sebuah liputan investigasi. Mengenai liputan investigasi ada acara-cara tertentu boleh dilakukan dalam proses peliputan. Pada liputan investigasi wartawan boleh untuk tidak menunjukkan identitas diri jika itu menyangkut keselamatan diri wartawan, meminta izin dengan narasumber baik dalam menyertakan nama ataupun meminta untuk diwawancarai untuk liputan investigasi.

Guna menjangk keperluan yang ada dalam peliputan tentunya Jawa Pos Radar Semarang memerlukan sumberdaya yang mempuni baik sumber daya secara intern yaitu sumberdaya manusia juga didukung oleh fasilitas yang mempuni. Jawa Pos Radar Semarang senantiasa memberikan yang terbaik terhadap karyawan dan wartawan-wartawanya. Tenaga kerja layouter adalah salah satu tenaga kerja yang aktif pada malam hari, dalam hal ini surat kabar harian Riau Pos memberikan kepada mereka berupa tunjangan-tunjangan khusus berupa materi dan fasilitas-fasilitas, berupa alat kantor, dan pangan. Dalam wawancaranya Ida Noor Laila menyebutkan:

“Kegiatan yang bersifat terjun kelapangan wartawan disediakan fasilitas yang mendukung untuk pelaksanaan peliputan bagi mereka yang membutuhkan kamera kami sediakan, untuk tenaga desain kami memberikan alat yang cukup menunjang untuk proses editing gambar kami juga memberikan tunjangan”

Jawa Pos Radar Semarang sebagai sebuah media yang terdepan menyediakan peralatan berupa fasilitas yang lengkap dan memadai untuk para karyawannya penyediaan fasilitas tersebut berupa komputer, jaringan internet berkapasitas tinggi, ruangan kantor yang nyaman, dan peralatan untuk bekerja yang lengkap untuk karyawannya. hal ini bertujuan untuk memudahkan karyawan untuk bekerja, selain itu dilengkapinya fasilitas tersebut bertujuan untuk kenyamanan karyawan untuk bekerja. Dengan strategi kelengkapan yang diberikan oleh Jawa Pos Radar Semarang tersebut karyawan dapat bekerja dengan baik sehingga kualitas beritanya bagus, selain itu dengan telah dilengkapinya dengan segala fasilitas karyawan juga menjadi semakin betah dan bersemangat dalam bekerja.

Selain memberikan fasilitas yang memadai bagi karyawan, Jawa Pos Radar Semarang dalam melakukan perekrutan tidak hanya dilihat dari background pendidikan formalnya dengan predikat lulusan ilmu komunikasi melainkan juga dilihat dari pendidikan non formal. Karena kualitas berita yang dihasilkan oleh seorang wartawan tidak bisa ditentukan dari background pendidikan formalnya saja namun juga pengalaman dan kemampuan dalam penulisan berita.

Meski begitu ternyata wartawan dengan latar belakang pendidikan ilmu komunikasi lebih mudah dalam beradaptasi di lingkungan Jawa Pos Jawa Pos Radar Semarang karena bisa dikatakan itu merupakan bidangnya menjadi wartawan. Seperti yang diungkapkan Ida Noor Laila.

“Tergantung dari kemampuan seseorang dalam melakukan penulisan dari lulusan yang bukan jurusan ilmu komunikasi juga ada dilihat dari tingkat kemampuan dan pengalaman ada lulusan Sarjana Hukum malahan dan bukan lulusan Ilmu Komunikasi atau Jurnalistik.

Berdasarkan hasil wawancara peneliti simpulkan bahwa, wartawan dengan latar belakang pendidikan ilmu komunikasi lebih mudah dalam

beradaptasi dilingkungan Jawa Pos Jawa Pos Radar Semarang karena bisa dikatakan itu merupakan bidangnya menjadi wartawan. Lingkungan Jawa Pos Radar Semarang memang dianggap sebuah lingkungan yang nyaman dan penuh dengan rasa kekeluargaan. Bukan hanya pada letak perusahaan dan fasilitas yang ada namun mereka menganggap bahwa wartawan lain ataupun tim redaksi bukan sekedar partner kerja namun sudah dianggap seperti keluarga. Hal ini juga dapat mempengaruhi kinerja para wartawan untuk lebih baik lagi dalam melaksanakan tugasnya.

Pada pelaksanaan peliputan tak serta merta wartawan tidak menemui halangan dalam prosesnya terdapat kendala hal itu dituturkan oleh Haryanto selaku wartawan Jawa Pos Radar Semarang sebagai berikut:

“Sebenarnya banyak mas namun kam bekerja dengan senang hati apapun kendalanya kami berusaha untuk menghadapinya. Dalam melakukan wawancara kendala yang ada terletak pada narasumber yang terkadang tidak mau terbuka dan cenderung menutupi masalah yang ada”

Berdasarkan kendala yang ada dilapangan dalam proses peliputan yang paling sering dihadapi adalah kendala dari pihak luar atau eksternal bukan dari pihak Jawa Pos Radar Semarang diantaranya adalah narasumber yang kurang relevan pendapatnya antara kejadian yang sesungguhnya yang terkesan agak menutupi-nutupi kebenaran yang terjadi dilapangan bahkan yang terburuk sampai pada ancaman terhadap wartawan.

Setelah keseluruhan proses dari awal sampai akhir berita informasi sosial masyarakatan yang disajikan oleh Jawa Pos Radar Semarang melalui berbagai macam tahapan maka berita tersebut dimuat dalam surat kabar dan disebarluaskan pada masyarakat. Adapun berita sosial masyarakat adalah sekumpulan pesan fakta yang berkaitan dengan kegiatan masyarakatan seperti, informasi mengenai sosial, kriminalitas, kenakalan remaja, lingkungan hidup, aliran sesat, dan lain-lain. Informasi tersebut dikemas melalui proses pengolahan yang sedemikian rupa guna menghasilkan informasi yang dapat dipahami dan bermanfaat bagi masyarakat disatu wilayah (penerimanya).

BAB IV
ANALISA STRATEGI MEDIA MENGOLAH INFORMASI
SOSIAL KEMASYARAKATAN
(STUDI NEWSROOM PADA JAWA POS RADAR
SEMARANG)

A. Analisa Strategi Jawa Pos Jawa Pos Radar Semarang dalam Mengolah Informasi Sosial Kemasyarakatan Melalui *Newsroom* Kepada Masyarakat

Berdasarkan dari hasil penelitian, sebagaimana dipaparkan pada bab III, sebelumnya dapat diketahui bahwa bagaimana strategi media mengolah informasi sosial kemasyarakatan (studi *Newsroom* pada Jawa Pos Radar Semarang) untuk mengetahui strategi Jawa Pos Radar Semarang dan usaha apa saja yang dapat meningkatkan kualitas isi berita pada surat kabar harian Jawa Pos Radar Semarang. Dalam analisa ini peneliti menggunakan metode deskriptip kualitatif yaitu menggambarkan data yang ada kemudian di analisa sesuai dengan data di lapangan.

Pada dasarnya strategi memegang peranan penting bagi sebuah organisasi terlebih pada media cetak Jawa Pos Radar Semarang yang termasuk dalam suatu kelembagaan organisasi yang bergelut pada bidang pers yaitu dalam bidang persurat kabaran. Keberhaslan yang didapatkan oleh lembaga tidak lepas dari yang namanya strategi, Jawa Pos Radar Semarang dalam pengelolaan informasi tentang sosial kemasyarakatan menjadi salah satu bagian yang populer dan banyak digemari bagi pembaca. Meneurut penuturan Ida Noor layla selaku redaktur pelaksana dalam sekali cetak Jawa Pos Radar Semarang memiliki berita yang berkaitan dengan Sosial kemasyarakatan mencapai 6-8 berita yang mencangkup kedalam ranah sosial kemasyarakatan. Berita sosial masyarakat menjadi berita yang digemari dan sebagai berita yang paling banyak diminati hal itu karena pembahasan dalam berita tersebut menggunakan bahasa yang mudah dipahami dan seolah pembaca ikut dalam

nuansa tersebut. Berita informasi sosial yang diliput diantara berita tentang Kriminal, Ekonomi, dan permasalahan sosial yang terjadi di lapangan.

Hal tersebut juga diperkuat oleh pendapat Muhammad Haryanto selaku wartawan pada Jawa Pos Radar Semarang dalam wawancaranya menyebutkan bahwa berita yang berkaitan dengan informasi sosial merupakan sebagai berita yang diminati sebagai besar konsumen. Strategi merupakan tindakan yang bersifat senantiasa meningkat (*incremental*) dan terus menerus, serta dilakukan berdasarkan sudut pandang tentang apa yang diharapkan oleh para pelanggan dimasa depan. Dengan demikian, strategi hampir selalu dimulai dari apa yang dapat terjadi dan bukan dimulai dari apa yang terjadi. Terjadinya kecepatan inovasi pasar yang baru dan perubahan pola konsumen memerlukan kompetensi inti (*core competencies*). Perusahaan perlu mencari kompetensi inti didalam bisnis yang dilakukan (Rahim & Radjab, 2016).

Dengan adanya startegi tentunya memberikan gambaran bagi Jawa Pos Radar Semarang dalam membingkai berita tentang sosial masyarakat. Sepeti yang kita ketahui bahwa komunikasi massa adalah pemberian informas kepada khalayak dengan kata lain media massa ialah alat atau sarana yang melembaga dan digunakan untuk menyebarkan pesan kepada khalayak yang bersifat massal, seperti televisi, radio, film dan surat kabar (Dedi Kurnia Syah Putra, 2011). Suatu langkah yang ditempuh oleh suatau perusahaan media agar mampu mempertahankan pembacanya adalah dengan mempertahankan karakteristik yang dimiliki. Baik dari segi tampilan, konten berita, update, gaya bahasa maupun gaya penulisan. Beberapa strategi Jawa Pos Radar Semarang yang dilakukan oleh redaksi untuk membuat berita menggarap satu peristiwa atau kejadian. Strategi pengelolaan berkaitan dengan informasi sosial pada Jawa Pos Radar Semarang memiliki beberapa tahapan sebelum berita tersebut dicetak dan di publikasikan. Melalui ruang redaksi (*Newsroom*) Jawa Pos Radar Semarang mengelola dari mulai awal sampai dengan pada penyebaran berita melalui media cetak. Ruang redaksi merupaka pusat dan jantung dalam pengolahan berita sebagai berikut

1. Rapat (Meeting)

Penegelolaan berita dalam langkah awalnya terlebih dahulu melaksanakan rapat (*meeting*) yang didalamnya memuat berbagai macam keperluan guna memperlancar tugas dan kewajiban bagi seluruh karyawan yang ada pada Jawa Pos Radar Semarang. Rapat tersebut bermaksud menentuka jobdesk fungs dari masing-masing kedudukan. Dalam ruang redaksi Jawa Pos Radar Semarang terdapat pengelompokan tugas dan kewajiban yang telah ditentukan. Redaktur pelaksana dalam Jawa Pos Radar Semarang memiliki tugas dan tanggung jawab paling banyak yaitu melakukan penyuntikan berita, melakukan perbaikan kalimat, mengedit dan memilih penyusunan diksi yang tepat supaya kemasn berita dapat diminatai dan menjadi konsumsi publik. Seperti pembahasan pada bab sebelumnya dikatakan bahwa pros pengelolaan informasi sosial dalam Jawa Pos Radar Semarang melibatkan berbagai pihak.

Rapat yang ada dalam ruang redaksi adalah mengenai gambaran pembagian tugas dan tanggung jawab bagi seluruh karyawan yang ada pada Jawa Pos Radar Semarang yang kemudian menghasilkan beberapa tahapan yaitu pertama tahapan pra produksi, tahapan produksi.

- a. Tahapan pra produksi adalah serangkaian kegiatan perumusan rencana terhadap sebuah pekerjaan yang akan dilakukan dari mulai pencarian informasti terkait berita yang aka diliput dan pembekalan pada masing masing wartawan yang akan meliput suatu kejadian. Jawa Pos Radar Semarang melalui redaktur pelaksana memilih berita mana yang akan tayang. Jika tidak ada masukan dari redaktur maka berita yang ditawarkan lanjut ke proses berikutnya langsung ke liputan. Selanjutnya penugasan kordinator liputan mengatur wartawan bertugas dimana dan meliputan apa.
- b. Tahapan produksi berusaha melakukan kegiatan yang secara langusng pada lokasi berita yang akan di sajikan dalam hal ini, wartawan melakukan peliputan dilokasi yang telah ditentukan, wartawan melakukan wawancara dengan narasumber dan mengambil gambar guna merepresentasikan tempat kejadian yang ada dan tingkat

kesesuaian berita. Selanjutnya penugasan kordinator liputan mengatur wartawan bertugas dimana dan meliputan apa. Penempatan wartawan dilakukan oleh kordinator liputan jika perlu menumbah wartawan dilokasi peristiwa. Jika dilapangan kurang orang atau dan tidak bisa verifikasi maka data dikirim ke redaksi untuk diolah melalui sistem. Wartawan harus mempunyai jaringan dan kemampuan konfirmasi apalagi dengan narasumber utama akan lebih baik. kalau seorang wartawa tidak bisa melakukan konfirmasi biasa berita tidak dapat dimuat.

- c. Tahapan pasca produksi pada Jawa Pos Radar Semarang yaitu memonitoring, mengevaluasi apakah berita yang dsebarluaskan sesuai dengan yang ada dilapangan lebih lanjut pada tahapan ini juga mengevaluasi kinerja karyawan yang ada di Jawa Pos Radar Semarang dalam menjalankan tugas dan kewajiban sesuai dengan aturan yang berlaku.

Hal tersebut diungkapkan berdasarkan teori Strategi media menurut Peter Pringle (dalam Morissan, 2013) terdiri dari perencanaan program, produksi program, eksekusi program, pengawasan dan evaluasi program.

- a. perencanaan program, Production Assistant NET TV mengemukakan bahwa untuk jangka pendek mereka akan lebih fokus pada peliputan jurnalis dilapangan, peralatan produksi yang maksimal agar gambar yang dihasilkan sempurna, serta pembaruan pada reporter serta konten liputan itu sendiri agar penonton tidak bosan dan terus merasa tertarik pada acara tersebut. Untuk rencana jangka panjang, mereka melakukan riset secara berkala agar tayangan The Newsroom tidak menjenuhkan sambil terus meningkatkan minat dunia jurnalistik pada khalayak luas, dengan tujuan masyarakat dapat membantu promosi yang dilakukan oleh tim NET TV selain mempromosikan acara tersebut melalui media sosial. Seperti yang diungkapkan oleh Production Assistant program The Newsroom, yang mengatakan “Untuk promosi acara ini akan kami fokuskan pada sosial media karna tahun-tahun kedepan kami yakin

sosial media akan makin banyak dilihat dibanding tahun tahun sebelumnya. Untuk itu The Newsroom harus dibuat dengan mengikuti perubahan tersebut.”

penentuan penonton juga telah direncanakan oleh tim, dimana penonton yang menjadi tujuan dari program ini ialah masyarakat dengan kelompok usia remaja hingga dewasa awal. Tim NET TV juga telah melakukan riset atas dasar penentuan jam tayang dengan tujuan penonton tersebut. Seperti yang dikemukakan oleh Production Assistant program acara The Newsroom: “Target audiens The Newsroom adalah mahasiswa, usia remaja dan milenial. Hal ini sesuai dengan target audiens keseluruhan di NET TV untuk mendapatkan target audiens yang dibutuhkan pada waktu tertentu, tim telah melakukan riset untuk hari dan jam tayang yang potensial untuk mendapatkan audiens sebanyak mungkin. Menentukan target audiens yang tersedia pada waktu tertentu merupakan hal penting untuk menyesuaikan pasar dan tujuan program.”

Setelah perencanaan program selesai, maka tim program The Newsroom beralih pada tahap produksi program, dimana tim melakukan berbagai kegiatan dengan tujuan untuk membuat tayangan program menjadi layak tonton serta berkualitas. Tahap praproduksi ialah tahapan yang pertama dilakukan, disini tim akan memilih proyeksi liputan yang menarik untuk ditayangkan, karena program ini berdasarkan kejadian serta peristiwa yang nyata, oleh karena itu tiap jurnalis yang akan mencari atau menayangkan berita akan ditemani oleh seorang Video Jurnalis yang memiliki tanggung jawab untuk mengambil gambar serta mengabadikan momen – momen yang menarik untuk tayang pada program The Newsroom.

- b. Selanjutnya akan masuk pada tahap produksi, dimana menurut Production Assistant program The Newsroom tiap tayangan akan diusahakan dibuat semenarik mungkin dengan dilakukannya testimoni

tiap reporter yang menjalankan adegan tersebut. Testimoni akan dilakukan dengan naskah yang telah disesuaikan dengan gambar yang akan tayang nantinya, testimoni itu sendiri dibuat agar tayangan penonton dapat lebih memahami liputan dengan secara lebih mendalam dengan apa yang terjadi dilapangan. Pemilihan reporter dengan berpenampilan menarik juga menjadi salah satu usaha agar program ini tidak menjenuhkan.

Untuk tahapan pasca produksi, tim akan melakukan sunting atau proses penyempurnaan hasil pengambilan gambar agar layak tayang. Pada tahapan ini akan didampingi oleh Production Assistant dan video jurnalis program The Newsroom agar hasil penyuntingan sesuai dengan ide dan konsep program. Karena The Newsroom merupakan program dokumenter dengan nilai berita, maka tidak banyak dilakukan saat proses sunting.

Tiap liputan yang akan ditayangkan pada program ini beragam, disesuaikan dengan apa yang sedang bejalan di masyarakat. Walaupun berita yang ditayangkan bukan berita dengan komposisi yang berat tidak bermasalah, dengan syarat tetap memiliki kualitas tayang yang baik serta memiliki sisi menghibur. Tim akan selalu memilih tayangan yang memiliki nilai mengedukasi dan informatif yang akan ditayangkan kepada pemirsa. Program The Newsroom itu sendiri terdiri dari lima segmen, diawali dengan berita yang dirasa cukup dapat menarik penonton untuk menonton program itu sendiri. Hal ini serupa dengan diungkapkan oleh Reporter Senior program The Newsroom : “Liputan apapun itu, hard news kemudian feature semua jadi liputan The Newsroom asalkan memiliki nilai tayangan yang informatif dan juga edukatif untuk ditayangkan kepada masyarakat”

- c. Setelah tahap penayangan, The Newsroom melakukan proses tahapan pengawasan dan evaluasi program. Kegiatan pengawasan program siaran yang dilakukan oleh KPI (Komisi Penyiaran Indonesia) salah

satunya adalah survei indeks kualitas siaran televisi. Hasil survei yang diberikan oleh KPI dijadikan acuan bagi media dalam memproduksi tayangan. Kegiatan evaluasi program dilakukan dengan cara pertemuan dan melakukan brainstorming. Dalam evaluasi, tim akan mengetahui jumlah komposisi penonton melalui laporan riset rating. Hal tersebut diungkapkan oleh Production Assistant program The Newsroom dalam wawancara: “Evaluasi sangat penting dilakukan karena tim akan dapat mengetahui apa yang harus digali untuk tayangan selanjutnya yang lebih update dan menarik yang ada disekitar masyarakat. Untuk meeting dilakukan melalui informasi dari Production Asisstant yang diarahkan oleh produser. Atau membaca saran-saran dari penonton di media sosial yang kemudian dijadikan evaluasi untuk The Newsroom sehingga dapat selalu ditonton oleh banyak orang karena dinilai tidak membosankan.”

Seperti yang diungkapkan diatas, pada tahap evaluasi program The Newsroom melibatkan penonton untuk memberikan saran dan juga pendapat tentang tayangan The Newsroom yang kemudian akan dijadikan acuan untuk memperbaiki program.

2. Sumber daya pada Jawa Pos Radar Semarang

Sumber daya Pada Jawa Pos Radar Semarang berpengaruh pada Keberhasilan media massa terlebih pada Jawa Pos Radar Semarang terletak pada sumber daya yang ada didalamnya. Sumber daya pada Jawa Pos Radar Semarang dibagi menjadi dua yaitu internal dan Eksternal. Sumber daya internal mencakup seluruh kariawan yang ada pada Jawa Pos Radar Semarang. Hal itu dibuktikan dalam proses rekrutmen pada posisi tertentu yang mengharuskan jenjang pendidikan Strata 1 (S1) mulai dari redaksi sesuai dengan bidangnya. Secara fungsional, kinerja dan produktivitas masing-masing tenaga kerja (indeks efektivitas kariyawan), mulai dari tingkat kedisiplinan, akurasi kerja, ketepatan waktu kerja, kesanggupan dalam menyelesaikan tugas yang diberikan, kreativitas, inovasi dan

sebagainya. Pada dasarnya untuk sebuah media dituntut memiliki sumber daya manusia yang profesional dan berkualitas sehingga media cetak tersebut akan terjaga eksistensinya dan melahirkan inovasi-inovasi baru dalam pengembangan informasi pada saat ini.

Sumber daya eksternal yaitu berkaitan dengan hal diluar dari pribadi karyawan seperti pemberian fasilitas kepada para karyawan sebagai sebuah media yang terdepan Jawa Pos Radar Semarang juga menyediakan peralatan berupa fasilitas yang lengkap dan memadai untuk para karyawannya penyediaan fasilitas tersebut berupa computer, jaringan internet berkapasitas tinggi, ruangan kantor yang nyaman, dan peralatan untuk bekerja yang lengkap untuk karyawannya. Menurut redaktur pelaksana Ida Noor Layla hal ini bertujuan untuk memudahkan karyawan untuk bekerja, selain itu dilengkapinya fasilitas tersebut bertujuan untuk kenyamanan karyawan untuk bekerja. Dengan strategi kelengkapan yang diberikan oleh Jawa Pos Radar Semarang tersebut karyawan dapat bekerja dengan baik sehingga kualitas beritanya bagus, selain itu dengan telah dilengkapinya dengan segala fasilitas karyawan juga menjadi semakin betah dan bersemangat dalam bekerja.

Jawa Pos Radar Semarang dalam peningkatan fasilitas kepada para karyawannya ini sesuai dengan salah satu tipe strategi yang disebutkan Kotler yaitu Resource Support Strategy (strategi pendukung sumberdaya) strategi sumber daya ini memusatkan perhatian pada memaksimalkan pemanfaatan sumber-sumber daya esensial yang tersedia guna meningkatkan kualitas kinerja organisasi, Sumber daya ini dapat berupa tenaga, keuangan, teknologi dan sebagainya Jalannya proses peliputan yang dilakukan oleh wartawan tidak selalu berjalan dengan mulus terdapat kendala yang dihadapi ketika dalam proses wawancara kepada narasumber. Narasumber memiliki keunikan yang berbeda beda dari segi pemahaman mereka mengenai peristiwa, terkadang wartawan juga mendapati narasumber kurang berpihak pada wartawan dengan memberikan pengakuan yang sedikit menutupi, malah mendapati ancaman dan itu

merupakan hal lumrah yang terjadi ketika dilapangan. Bekerja dengan senang hati apapun kendalanya berusaha untuk menghadapinya dalam pengakuan Muhammad Haryanto.

Pemberitaan yang dihasilkan Wartawan Jawa Pos Radar Semarang merupakan berita yang faktual dan tidak melakukan plagiat atau menyatakan hasil liputan wartawan lain sebagai karya sendiri. Di balik sebuah berita ada tangan-tangan yang tidak nampak yang bertugas untuk mengarahkan inti sebuah kejadian menjadi berita penting untuk diketahui khalayak. Media berwenang untuk menentukan arah berita dan membingkainya sesuai dengan keperluan masing-masing. Dengan kata lain, media menyuarakan pendapatnya mengenai suatu kejadian berupa berita yang dipublikasi. Suara media diperkuat dengan cara redaksi membingkai berita. Bagaimana pun juga, redaktur harus memastikan bahwa berita yang dipublikasi tetap harus menaati aturan dan kode etik jurnalistik.

Berikut ini adalah proses produksi berita atau alur kerja redaksional Jawa Pos Radar Semarang untuk media pemberitaan di koran :

a. News Planning

Perencanaan peliputan berita yang dilakukan Jawa Pos Radar Semarang terbagi menjadi dua, yaitu perencanaan peliputan berita dalam satu minggu dan perencanaan peliputan berita harian. Perencanaan peliputan dalam satu minggu dilakukan setiap hari Minggu sore sekitar pukul 16:00 sampai dengan 17:30 WIB. Dalam rapat mingguan ini seluruh jajaran redaksi mulai dari pemimpin redaksi hingga wartawan hadir untuk mendiskusikan rencana pemberitaan dalam satu minggu ke depan (Adelia, 2019: 67-68; Dewi, 2021: 31).

Perencanaan peliputan berita harian ini dilakukan di pagi hari oleh pemimpin redaksi dengan memberikan arahan kepada para wartawan terkait suatu pemberitaan. Selain itu, peliputan berita harian juga ada yang berasal dari temuan langsung para wartawan di lapangan. Jadi berita tersebut tidak direncanakan peliputannya. Hal ini disampaikan oleh Arif Riyanto, Pemimpin Redaksi Jawa Pos Radar

Semarang, berdasarkan Arif Riyanto menjelaskan, bahwa berita terdapat berita yang bedarkan lapangan dan dapat dilihat dan di temukan secara tidak di rencanakan. Kemarin contohnya. Kemarin (Senin, 11 Juli 2022) hari pertama masuk sekolah. Saya pagi wes (sudah) WA (WhatsApp) perencanaan dari redaktur. Saya (Arif Riyanto) kan redaktur nomor satu ya, pemimpin redaksi, nanti (wartawan) cari (berita) masuk sekolah yang unik-unik misalnya yang nangis atau yang rebutan bangku (kursi), rebutan meja, kadang-kadang kalau kelas satu rebutan meja. Terus ada juga yang masih digendong orang tuanya atau ditunggu dan lain-lain. ada juga yang ketakutan, nah itu sudah direncanakan.

b. *News Gathering*

Setelah perencanaan peliputan berita ditentukan, para wartawan mulai melakukan pencarian berita di lapangan secara langsung sesuai dengan tugasnya masing-masing.

c. *News Writing*

Setelah selesai mencari berita di lapangan, para wartawan pun akan memberikan laporan kepada redaktur terkait daftar berita yang diperoleh pada hari itu. Kemudian para wartawan mulai menulis berita berdasarkan data atau informasi yang didapat di lapangan sekitar pukul 15:00 atau 16:00 WIB. Bagi wartawan yang tugasnya di Kota Semarang, mereka biasanya akan kembali ke kantor Jawa Pos Radar Semarang untuk menulis berita di meja kerjanya masing-masing. Sedangkan bagi wartawan yang tugasnya berada di luar Kota Semarang, beritanya ditulis dari tempat mereka ditugaskan. Berita tersebut nantinya dikirim dalam bentuk fail lunak (soft file) ke email editor@radarsemarang.com.

d. *News Editing*

Berita yang telah selesai ditulis oleh para wartawan kemudian dilakukan pemeringkatan berdasarkan nilai berita yang berlaku di Jawa Pos Radar Semarang. Berita yang memiliki nilai berita tertinggi

nantinya akan di tempatkan pada koran halaman satu sebagai berita headline. Setelah itu berita dikelompokkan berdasarkan kategori setiap halaman. Jawa Pos Radar Semarang memiliki delapan halaman pada korannya. Halaman satu atau pertama headline (berita utama), halaman kedua metropolis, halaman ketiga Jawa Tengah, halaman keempat Radar Magelang, halaman kelima Temanggung-Wonosobo, halaman keenam Metro Pekalongan, halaman ketujuh sambungan headline (berita utama), dan halaman kedelapan Semarang Raya. Di setiap halaman pun juga diberlakukan pemeringkatan nilai berita. Hal ini bertujuan untuk menentukan headline berita disetiap halaman. Setelah pemeringkatan nilai berita dan pengelompokan halaman, berita tersebut kemudian diedit oleh redaktur. Setiap redaktur mengedit dua halaman. Hal-hal yang diedit mencakup penulisan, pemilihan foto atau penggunaan grafis karena tidak semua foto yang diambil wartawan mendukung pemberitaan, dan pemilihan judul.

e. *News Layouting*

Apabila proses pengeditan tersebut selesai, redaktur menyetorkan hasil pengeditan kepada penata letak (layouter) untuk disusun dalam bentuk fail lunak (soft file) koran. Dalam proses tata letak berita pada koran, penata letak bisa menampilkan sekitar enam sampai tujuh pemberitaan. Setelah tata letak berita koran selesai, hasil tata letak dibagikan ke grup percakapan perusahaan supaya diteliti atau dibaca oleh wartawan yang menulis berita. Dibagikannya hasil tata letak ke grup percakapan perusahaan bertujuan untuk pengoreksian hasil tata letak apakah masih ada kesalahan dalam penataan halaman berita atau kesalahan ketik dalam berita. Pengoreksian hasil tata letak ini tidak hanya dilakukan oleh bagian redaksi, tetapi juga dilakukan oleh bagian bisnis seperti iklan dan admin. Ini diakui langsung oleh Aro, panggilan akrab Arif Riyanto berikut ini :

“Semuanya meneliti, tidak hanya redaksi, kadang diingatkan oleh bagian iklan dan admin. Misalnya kesalahan ketik. Koreksi dilakukan

bersama. Dulu yang mengoreksi hanya redaktur dan layout (penata letak). Sekarang yang mengoreksi semua (seluruh pekerja Jawa Pos Radar Semarang)”.

f. News Printing

Pengoreksian tata letak halaman koran telah dilakukan, setelah itu fail tata letak halaman koran dikirim ke percetakan dalam bentuk pdf (Portable Document Format). Pengiriman fail dilakukan dengan cara FTP (File Transfer Protocol) melalui jaringan internet yang terhubung ke perangkat komputer. Fail dikirim ke percetakan sekitar pukul 21:00 WIB. Kemudian fail tersebut dicetak sampai dengan pukul 11:30 WIB. Lalu menunggu fail dari Jawa Pos sekitar pukul 00:30 WIB untuk dicetak sampai pukul 02:00 WIB. Setelah itu koran Jawa Pos dan Radar Semarang dijadikan satu untuk didistribusikan kepada pelanggan.

Halaman koran Jawa Pos Radar Semarang berjumlah delapan. Hal ini disampaikan oleh Arif Riyanto, Pemimpin Redaksi Jawa Pos Radar Semarang kepada penulis bahwa terdapat kopel Jawa Pos 12 halaman, kopel Radar Semarang 8 halaman. Kalau tambah guru (kumpulan artikel yang ditulis oleh guru) 12 halaman juga, 24 halaman (jumlah halaman Jawa Pos dan Radar Semarang bila digabungkan). Kalau tanpa guru 20 halaman.

Keterbatasan ruang dan waktu dalam pemberitaan Jawa Pos Radar Semarang di media cetak (koran) membuat berita yang dipublikasi menjadi terbatas dengan kisaran rata-rata pemberitaan hanya 38 berita per hari. Data ini diperoleh penulis dari penelusuran pemberitaan di koran Jawa Pos Radar Semarang periode 12 Mei sampai 11 Juni 2022. Sehubungan dengan hal tersebut, Arif Riyanto, Pemimpin Redaksi Jawa Pos Radar Semarang juga mengakui bahwa naiknya biaya operasional percetakan koran membuat koran menjadi semakin tipis, bahwa koran sekarang semakin tipis karena harga kertasnya terus naik. Makanya berita-berita yang tidak dimuat di cetak (koran) diusahakan

dimuat di online hal tersebut dilansir berdasarkan website dan Instagram.

BAB V

PENUTUP

A. Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian yang penulis lakukan bahwa Strategi media pengelolaan informasi sosial masyarakat dalam Jawa Pos Radar Semarang memiliki beberapa tahapan diantaranya tahap 1. Rapat redaksi dalam hal ini Redaktur pelaksana Jawa Pos Radar Semarang memiliki tugas dan tanggung jawab paling banyak. Dalam pra produksi redaktur pelaksana memberikan tugas pada para bawahannya dan menempatkan wartawan dilokasi. Selanjutnya tahap produksi yaitu melakukan penyuntikan berita, melakukan perbaikan kalimat, mengedit dan memilih penyusunan diksi yang tepat supaya kemas berita dapat diminatai dan menjadi konsumsi publik. Tahap pasca produksi yang berisi evaluasi baik evaluasi tentang berita tersebut ataupun evaluasi kinerja bagi para pekerja. 2. Strategi sumberdaya pada Jawa Pos Radar Semarang diantara dalam perekrutan pekerja memilih seseorang dengan kualifikasi dan keahlian dalam bidang jurnalisik, kemudian kelengkapan kantor menjadi aspek yang mendukung yang menunjang, mempermudah melakukan pekerjaan, menggunakan alat teknologi yang canggih seperti wifi kantor, komputer, kamera bagi para wartawan.

B. Saran

Kebutuhan tentang informasi di era milenial ini membutuhkan informasi yang cepat dan akurat namun semuanya ditunjang oleh sumber daya yang ada dilingkungan Jawa Pos Jawa Pos Radar Semarang dan kode etik jurnalis harus selalu dipegang teguh sebagai dasar media saat ini.

DAFTAR PUSTAKA

BUKU

- Briggs, Asa dan Burke, Peter, 2006. *Sejarah Sosial Media: Dari Gutenberg Samapai Internet*, Penerjemah A. Rahman Zainudin. Jakarta: Yayasan Obor Indonesia
- Changara, Hadfied, 2004. *Pengantar Ilmu Komunikasi*. Rajawali Pers. Jakarta
- Chan-Olmsted, S., & Park, J. (2000). *From On-Air to Online World: Examining the Content and Structures Austria, Spain and Germany Journalism Practices*, 3(3), 285-303.
- Fidler, R. (2003). *Mediamorfosis*. Yogyakarta: Bentang Budaya.
- García Avilés, J., Meier, K., Kaltenbrunner, A., Carvajal, M., & Kraus, D. (2019). *Newsroom Integration in Jurnalisme*, 3(2), 137-152. Biaggi, S. (2010). *Media/Impact: Pengantar Media Massa*. Jakarta: Salemba Humanika
- Hikmat dan Purnama Kusumaningrat, 2006. *Jurnalistik Teori dan Praktek*. Bandung: Remaja Rosdakarya
- Hill, D., & Sen, K. (2005). *The Internet in Indonesia's New Democracy*. London dan New York: Routledge, Taylor & Francis Group.
- Jenkins, H. (2006). *Convergence Culture: Where old and New Media Collide*. New York and London: New York University Press.
- Kaltenbrunner, Meier, Kaltenbrunner, A., & Meier, K. (2013). *Convergent Journalism - Newsroom, Routines, Job Profiles and Training*. Dalam S. Diehl, & M. Karmasin, *Media and Convergence Management* (hal. 285-298). Verlag Berlin Heidelberg: Springer.
- Kusuma, S. (2016). *Posisi Media Cetak di Tengah Perkembangan Media Online di Indonesia*. *Interact*, 5(1), 56-71.
- Kusumaningrat, Hikmat. Kusumaningrat, Purnama. *Jurnalistik : Teori dan Praktik*. Bandung. PT Remaja Rosdakarya. 2014.
- Nuruddin, 2007. *Pengantar Komunikasi Massa*. Jakarta: PT. Raja Grafindo
- Patilima, H. (2011). *Metode Penelitian Kualitatif*. Bandung: Alfabet.
- Patton, M. (1990). *Qualitative Evaluation and Research Methods*. Beverly Hills, California: Sage.

- Rahim, Abd. Rahman & Eny Radjab. (2016). *Manajemen Strategi*, Lembaga Perpustakaan dan Penerbitan Universitas Muhammadiyah Makassar.
- Sambo, M., & Yusuf, J. (2017). *Pengantar Jurnalisme Multiplatform*. Depok: Kencana.
- Tamburaka, Apriadi, 2012. *Agenda Setting Media Massa*. Jakarta: RajaGrafindo Persada
- Thomas, M. (2011). *Technology, Education, and Discourse of Digital Native*. Dalam M. Thomas, *Deconstructing Digital Natives; Young people, Technology, and The New Literacies* (hal. 1-14). New York and London: Routledge, Taylor & Francis Group.
- Yunus, Eddy. (2016). *Manajemen Strategis*, Yogyakarta: Andi Offset.

JURNAL

- Ayunita, V. (2013). *Strategi Manajemen Suara Merdeka untuk Mempertahankan Eksistensi Perusahaan dalam Menghadapi Media Kompetitor di Jawa Tengah (Studi Kasus pada PT. Suara Merdeka Press)*. Universitas Diponegoro, Ilmu Komunikasi. Semarang: tidak dipublikasikan. of Broadcast TV Station's Web Sites. *Journalism & Mass Communication Quarterly*, 77(2), 321- 339.
- Hasfi, N., & Aminuddin, A. T. (2020). *KJurnal Komunikasi dan Media*, Vol. 01 No. 01, November 2020 : 55 - 66 e-ISSN 2746-8364
- Morissan. (2013). *Manajemen Media Penyiaran*. Kencana
- Muhammadun. (2019). *Tantangan Konvergensi di Suara Merdeka Networks*. Universitas Diponegoro, Magister Ilmu Komunikasi. Semarang: Tidak dipublikasikan.
- Pratopo, W. M., & Kusajibrata, N. (2018). *Konvergensi di Ruang Redaksi pada Kelompok Media Tempo*. *Jurnal Studi Komunikasi*, 2(1), 103-125.
- Samatan, N. (2009). *Strategi Pengembangan Media: Antara Bisnis dan Ideologi*. *Jurnal Ekonomi dan Bisnis*, 14(3), 190-199.
- Wibisono, I., Pawito, & Astuti, I. (2019). *Kebijakan Redaksional dalam Konvergensi Media (Studi Kasus Jawa Pos)*. *Acta Diurna*, 15(1), 1-16

Shihab, M. N. (2018). *Strategi Media Sosial Untuk Pengembangan UMKM*. JUTEI, 161-162

INTERNET

<https://katadata.co.id/intan/berita/6205e516aa74b/sosial-adalah-pola-interaksi-dengan-manusia-lain-ini-penjelasan> diakses pada 18 Agustus 2022

<https://belajarpendidikanpkn.blogspot.com/2017/07/pengertian-kemasyarakatan.html> diakses 18 Agustus 2022

LAMPIRAN

A. Draft Wawancara

1. Ditujukan kepada redaktur pelaksana

- a. Bagaimana proses pengolahan berita sebelum disebarluaskan atau sebelum dicetak?

Pertama yaitu melakukan penyuntingan yang didalamnya memuat judul, memperbaiki kesalahan ejaan, mengoreksi tanda baca, kemudian memilih diksi yang tepat supaya dapat dimengerti dan menarik untuk dibaca kepada konsumen. Selain itu meneliti keterpaduan antara paragraf agar sesuai, ini menjadi penting yah mas dalam ranah jurnalistik pembahasan berita yang dikemas dalam tulisan yang baik akan menarik pembaca dan membuat penasaran sehingga konsumen merasa terbawa ikut merasakan peristiwa yang terjadi khususnya dalam ranah informasi sosial yang begitu banyak bentuk keanekaragamannya.

- b. Bagaimana tugas dan wewenang anda dalam mengecek keabsahan kebenaran berita?

Seperti yang saya katakan di awal bahwa tanggung jawab seorang redaktur bukan hanya melakukan penyunting saja, beberapa tugas yang lain juga ada mas diantaranya memperhatikan jobdesk pada masing masing bagian apakah mereka telah bekerja dengan sesuai prosedur dalam artian tanggung jawab terhadap apa yang telah diperbuat dengan cara menaati peraturan yang ada dalam ranah pers. Karena dalam dunia jurnalistik terlebih dalam media cetak telh ada aturan yag berupa kode etik dan itu harus di jalankan sebagai bahan dasar perumusan berita.

- c. Bagaimana kegunaan *Newsroom* untuk pertemuan bagi karyawan Radar Semarang?

Kegunaannya sangat penting dapat dikatakan bahwa news room adalah jantung bagi dunia persuratkabaran karena didalamnya seluruh kegiatan dilakukan melibatkan pertemuan seluruh elemen yang ada.

Proses produksi berita terdapat beberapa bagian pertama praproduksi, produksi, pasca produksi.

- d. Apakah ada pertemuan khusus sebelum mencetak berita?

Sebenarnya pertemuan khusus tidak ada lebih kepada koordinasi antara satu dengan yang lain agar terjadi keselarasan antara bagian yang satu dengan bagian yang lain.

- e. Kendala apa yang dihadapi anda selaku Redaktur pelaksana?

Kendalanya ada tentunya mas baik teknis maupun non teknis. Teknis berkaitan tentang bagaimana keseluruhan pekerja melakukan tugas dan tanggung jawab mereka. Kalau mereka bekerja dengan sungguh sungguh kendala mungkin akan sedikit. Kalau kendala nonteknis biasa terjadi apabila mereka dilapangan adalah beberapa diantaranya meliputi didaerah yang jauh dari pemukiman itu kan dari situ kami mencoba bahwa sesusah apapun kendalanya kalau niat bekerja dengan sungguh sungguh ya hasilnya akan mengikuti mas.

- f. Peralatan dan fasilitas apa yang diberikan kepada wartawan atau karyawan saat melaksanakan tugas di lapangan dan di kantor?

Jawa Pos Radar Semarang senantiasa memberikan yang terbaik terhadap karyawan dan wartawan-wartawanya. Tenaga kerja layouter adalah salah satu tenaga kerja yang aktif pada malam hari, dalam hal ini Jawa Pos Radar Semarang memberikan kepada mereka berupa tunjangan-tunjangan khusus berupa materi dan fasilitas-fasilitas, berupa alat kantor, dan pangan.

- g. Bagaimana cara surat kabar harian Jawa Pos Radar Semarang dalam mengukur kinerja wartawan dan penghargaan apa yang di berikan kepada wartawan atas prestasi kerjanya?

Secara fungsional, kinerja dan produktivitas masing-masing tenaga kerja (Indeks Efektifitas Karyawan), dimulai dari tingkat kedisiplinan, akurasi kerja, ketepatan waktu kerja, kesanggupan dalam menyelesaikan tugas yang diberikan, kreativitas, inovasi, dan sebagainya. Karyawan yang memperoleh nilai gread terbaik (Nilai A) di promosikan naik

jabatan, sedangkan yang nilai dibawah C akan mendapat pembinaan, teguran melalui surat peringatan, dan terakhir pemberhentian.

- h. Apakah ada evaluasi berkala yang dilakukan secara mingguan, bulanan, atau tahunan, dan bagaimana proses berjalannya evaluasi tersebut?

Ada mas, evaluasi bisa tentang evaluasi beritanya dalam artian berita ini memang benar apa adanya dan layak atau tidak mas kalau memang layak bagi kariawan berarti kerja mereka bagus. Namun apabila ada kesalahan kami evaluasi dengan memberi perbaikan sehingga dengan evaluasi yang ada memberikan penilaian kepada kinerja masing masing orang.

- i. Pelatihan semacam apa yang diberikan kepada wartawan surat kabar harian Jawa Pos Jawa Pos Radar Semarang dalam peningkatan mutu kerja wartawan?

Setelah tergabung menjadi wartawan di Jawa Pos Jawa Pos Radar Semarang proses yang harus dijalani sebagai wartawan baru adalah pelatihan khusus. Mereka yang baru tergabung akan dimonitoring langsung oleh pimpinan redaksi kurang lebih selama 3-4 bulan sebelum menjadi wartawan tetap. Untuk wartawan baru karena masih dalam tahap adaptasi belum mendapat penugasan penempatan. Artinya mereka harus datang ke kantor setiap harinya dan bebas meliput berita apapun tentunya sesuai rubrik di Jawa Pos Jawa Pos Radar Semarang minimal tiga sampai empat berita setiap harinya.

- j. Apa saja latar belakang pendidikan wartawan yang bekerja di Jawa Pos Radar Semarang?

Di Jawa Pos Radar Semarang perekrutan wartawan tidak hanya dilihat dari background pendidikan formalnya dengan predikat lulusan ilmu komunikasi melainkan juga dilihat dari pendidikan non formal. Karena kualitas berita yang dihasilkan oleh seorang wartawan tidak bisa ditentukan dari background pendidikan formalnya saja namun juga pengalaman dan kemampuan dalam penulisan berita.

- k. Berita apa yang menjadikan Jawa Pos Jawa Pos Radar Semarang diminati bagi para pembaca?

Berita sosial menempati urutan pertama dan diminati bagi para pembaca. Dalam sekali cetak biasanya informasi berita sosial dapat mencapai 6-8 judul berita bahkan lebih ini menunjukkan bahwa masyarakat minat dengan berita sosial kemasyarakatan.

2. Ditujukan kepada wartawan

- a. Dalam memberikan judul, apakah menentukan sendiri atau ditentukan oleh redaktur?

Penentuan judul melibatkan beberapa orang kalau dari saya memang ditugaskan untuk mencari berita dan liputan.

- b. Kendala apa yang dihadapi ketika dilapangan?

Sebenarnya banyak mas namun kami bekerja dengan senang hati apapun kendalanya kami berusaha untuk menghadapinya. Dalam melakukan wawancara kendala yang ada terletak pada narasumber yang terkadang tidak mau terbuka dan cenderung menutupi masalah yang ada.

- c. Peralatan dan fasilitas apa yang anda gunakan untuk melaksanakan tugas di lapangan?

Peralatan berupa fasilitas yang lengkap dan memadai untuk para karyawannya penyediaan fasilitas tersebut berupa komputer, jaringan internet berkapasitas tinggi, ruangan kantor yang nyaman, dan peralatan untuk bekerja yang lengkap untuk karyawannya.

- d. Apakah ada kriteria khusus dalam mengambil gambar?

Dalam pengambilan gambar kita melihat dulu apa yang akan diliput semisal liputan tentang kebakaran pasar kita berusaha mendapatkan gambar yang sesuai terlihat kobaran api atau sebagainya.

- e. Kepada siapa wartawan mencari informasi ketika dilapangan?

Kami sebelum mendatangi lokasi terlebih dahulu ada briefing yang dilakukan biasanya hal itu terjadi apabila praproduksi yang dilanjutkan ketahap produksi dan yang terakhir ada evaluasi yang disebut pasca produksi.

f. Apakah ada evaluasi setelah sebuah berita diterbitkan?

Ada mas, rangkaian agenda yang telah dilakukan untuk mempermudah kita mengoreksi apakah ada kesalahan. Nah, disitulah kegunaan dari pada adanya pasca produksi yang meliputi evaluasi. Evaluasi juga dapat berupa penilaian terhadap kinerja kita sebagai wartawan. Baik atau tidak lah disitu kami juga mendapat masukan seperti itu.

g. Bagaimana wartawan mengolah suatu informasi menjadi sebuah berita?

Ada berbagai elemen yang berpengaruh mas seluruh staf dari mulai atasan sampai yang terbawah mereka bersama sama membingkai dan mencari sebuah tema yang nantinya akan dijadikan sebagai bahan berita kemudian dilakukan pencetakan serta tahap penyebarluasan berita pada masyarakat.

RIWAYAT HIDUP

Nama : Syafiq Hamzawi
Tempat, Tanggal Lahir : Tegal, 14 Agustus 2001
Alamat : Jl. Mawar No.35 RT.01 RW.01 Desa Mindaka
Kec. Tarub, Kab.Tegal
Agama : Islam
No. Hp/E-Mail : 081930957029/syafiqhamzawi2@gmail.com
Nama Ayah : Moh. Zaini
Pekerjaan Ayah : Pedagang
Nama Ibu : Sri Tutik
Pekerjaan Ibu : Pedagang
Pendidikan Formal :
a. SD N Mindaka 01 Lulus Tahun 2013
b. SMP Takhassus Al-Quran, Tarub Lulus Tahun 2016
c. SMK Muhammadiyah Kramat Lulus Tahun 2019
d. S1 KPI UIN Walisongo 2019-Sekarang



Semarang, 18 Juni 2023



Syafiq Hamzawi

NIM. 1901026040