

**POLA KOMUNIKASI PEMBERITAAN DI MEDIA
WWW.PRFMNEWS.ID DI KOTA BANDUNG**

Oleh
Yanto Prasetyo Adhi
NPM: 208080003

JURNAL

**untuk Memenuhi salah satu Syarat Ujian
guna Memeroleh Gelar Magister Ilmu Komunikasi
pada Program Studi Magister Ilmu Komunikasi
Pascasarjana Universitas Pasundan Bandung**



**PROGRAM STUDI
MAGISTER ILMU KOMUNIKASI
PASCASARJANA UNIVERSITAS PASUNDAN
BANDUNG
2023**

ABSTRAK

Yanto, 2023. Pola Komunikasi Pemberitaan di Media www.prfmnews.id di Kota Bandung. Tesis pada Program Studi Magister Ilmu Komunikasi, Program Pascasarjana Universitas Pasundan Bandung. Pembimbing (1) Prof. Dr. Ali Anwar Yusuf, M.Si., Pembimbing (2) Dr. Idi Subandi Ibrahim M.Si.

Kata Kunci: Pola Komunikasi, Radio 107,5 PRFM, www.prfmnews.id

Tesis ini merupakan bahasan dari hasil penelitian yang diberi judul “Pola Komunikasi Pemberitaan di Media www.prfmnews.id di Kota Bandung”. Penelitian ini menekankan bagaimana pola komunikasi pemberitaan yang dikelola di dalam perusahaan media yakni www.prfmnews.id yang merupakan bagian dari perusahaan Radio 107,5 PRFM dibawah naungan PT. Mustika Parahyangan. Dalam skala besar, PT. Mustika Parahyangan merupakan anak perusahaan dari Harian Umum Pikiran Rakyat yang merupakan media terbesar di Jawa Barat. Dengan kompleksitas dan dinamika perusahaan media saat ini, belum lagi perkembangan teknologi, sudah sewajarnya jika media dikelola dengan tepat. Tidak hanya mengejar keuntungan semata, namun ketepatan pemberitaan merupakan hal yang wajib dilakukan industri media untuk terus bertahan di tengah persaingan industri media. Pemanfaatan media baru merupakan hal yang mutlak dilakukan.

Tujuan penelitian ini adalah untuk memahami pola komunikasi pemberitaan di www.prfmnews.id yang bertempat di Kota Bandung, bagaimana implementasi pola komunikasi pemberitaannya, dan konsep pemberitaan yang dilakukan di www.prfmnews.id agar dapat mengajikan pemberitaan yang bermanfaat dan tentunya menguntungkan secara bisnis.

Penelitian ini dilakukan dengan menggunakan metode kualitatif dengan pendekatan studi kasus untuk mengidentifikasi kasus dalam suatu studi. Peneliti menganalisa dengan mengumpulkan data, melakukan observasi, dan wawancara informan utama agar mendapatkan keterangan yang kompeten.

Hasil penelitian ini menunjukkan kompleksitas pengelolaan komunikasi pemberitaan di www.prfmnews.id dilakukan dengan komunikasi organisasi yang terarah dan terukur. Dimulai dari pembentukan tim khusus untuk mengelola, rapat redaksi yang secara berkala dilakukan, SOP pelaksanaan tugas dan instruksi yang jelas, hingga evaluasi menyeluruh. Temuan ini tentunya sangat berguna bagi perusahaan untuk tetap berjalan pada rel bisnis yang tepat namun tetap menjaga trust atau kepercayaan pembacanya yang diwujudkan dari konten yang di muat di www.prfmnews.id.

ABSTRACT

Yanto, 2023. *Reporting Communication Patterns in the Media www.prfmnews.id in the City of Bandung.* Thesis of the magister communication sciensis, Pasundan University of Bandung. Thesis Supervisor: (1) Prof. Dr. Ali Anwar Yusuf, M.Si., Thesis Supervisor: (2) Dr. Idi Subandi Ibrahim M.Si.

Key word: *Communication pattern, Radio 107,5 PRFM, www.prfmnews.id*

This thesis is a discussion of the results of research entitled "Reporting Communication Patterns in the Media www.prfmnews.id in the City of Bandung". This study emphasizes how the pattern of news communication is managed within a media company, namely www.prfmnews.id which is part of the PRFM 107,5 Radio company under the auspices of PT. Mustika Parahyangan. On a large scale, PT. Mustika Parahyangan is a subsidiary of the General Thoughts of the People which is the largest media in West Java. With the complexity and dynamics of today's media companies, not to mention technological developments, it is only natural that the media is properly managed. Not only pursuing profits, but the accuracy of reporting is something that must be done by the media industry to continue to survive amidst the competition in the media industry. Utilization of new media is an absolute thing to do.

The purpose of this study is to understand the pattern of reporting communication on www.prfmnews.id which is located in the city of Bandung, how the pattern of reporting communication is implemented, and the concept of reporting carried out on www.prfmnews.id so that it can deliver news that is useful and of course profitable business.

This research was conducted using qualitative methods with a case study approach to identify cases in a study. Researchers analyze by collecting data, making observations, and interviewing key informants in order to obtain competent information.

The results of this study show that the complexity of managing news communication on www.prfmnews.id is carried out with directed and measurable organizational communication. Starting from the formation of a special team to manage, periodic editorial meetings, clear SOP's for carrying out tasks and instructions, to a thorough evaluation. This finding is of course very useful for companies to keep running on the right business rail but still maintain the trust or trust of their readers which is manifested from the content uploaded on www.prfmnews.id.

PENDAHULUAN

Informasi dan berita saat ini sudah menjadi bagian dari kehidupan manusia. Manusia dapat lebih mengekspresikan diri saat menerima informasi atau bahkan teknologi saat ini mendukung upaya manusia juga untuk memproduksi dan menyebarkan informasi dan berita dalam kehidupan sehari-harinya. Kemajuan teknologi saat ini mempercepat proses komunikasi dan penyebaran berita bagi khalayak. Berita dapat diakses secara serentak dan jangkauan yang tidak terbatas.

McLeod berpendapat, informasi adalah data yang diolah menjadi bentuk lebih berguna dan lebih berarti bagi yang menerimanya (Yakub, 2012:8). Alasannya, seorang individu atau kelompok melakukan komunikasi adalah untuk memperoleh informasi. Informasi tersebut kemudian dimanfaatkan untuk menyesuaikan diri dengan lingkungan juga untuk mengetahui hal-hal yang sedang terjadi dan peluang-peluang yang ada di sekitar mereka.

Banyak portal berita bermunculan sejak kemajuan teknologi dan kemudahan teknologi juga dirasakan oleh khalayak. Banyak brand media besar yang tadinya mengelola bisnis informasi secara konvensional mulai melebarkan sayap dengan membangun portal berita atau *website*. Sebut saja Kompas yang memiliki *kompas.com*, Majalah Tempo dan Koran Tempo yang mengelola *tempo.co*, atau kemunculan *detik.com* yang fenomenal. Termasuk media besar

asal Jawa Barat, Pikiran Rakyat yang mengelola *www.pikiran-rakyat.com* serta anak perusahaannya Radio PRFM 107,5 FM Bandung yang mengelola portal beritanya *www.prfmnews.id*.

Radio 107,5 PRFM Bandung mengelola langsung *website* atau portal berita *www.prfmnews.id* dengan tujuan merealisasikan media dengan penggunaan *multiplatform*. Tentunya dengan format berita yang menjadi kontennya sesuai dengan media induknya Radio PRFM 107,5 FM Bandung. Dengan berbagai kontennya, *www.prfmnews.id* menjadi rujukan pembaca untuk mendapatkan berita yang akurat dan kredibel serta sajian yang cepat. Hal tersebut terwujud tentu tidak semudah membalikkan tangan. Berbagai proses telah dilalui management untuk mencapai tujuannya yakni kualitas isi berita yang bermutu dan secara ekonomi juga menjanjikan.

Menurut John Vivian (2008:262-264), keberadaan media baru seperti internet bisa melampaui penyebaran pesan media tradisional. Sifatnya berinteraksi mengaburkan batas geografis, kapasitas interaksi, dan dilakukan secara *realtime*.

Keberadaan media *online* merupakan salah satu dari sekian banyak produk media baru, yang dapat dinikmati atau disajikan dalam bentuk teks, audio, video, dan foto, atau gabungan dari keempatnya. Hal yang disajikan pun tersimpan dengan rapih dalam bentuk digital, ini menjadi salah satu alasan disebutnya media digital. Menurut Shirley Biagi dalam bukunya *Media/Impact*

Pengantar Media Massa, media digital menggambarkan semua bentuk media komunikasi yang menggabungkan teks, gambar, suara, dan video menggunakan teknologi komputer.

Roger Fidler dalam *Media/Impact* Pengantar Media Massa oleh Shirley Biagi, media saat ini merupakan anggota dari sistem yang saling bergantung dengan media lama. Media digital mirip dengan media lama (tradisional), namun tetap berbeda dalam cara.

Peneliti ingin mengetahui secara mendalam tentang pola komunikasi pemberitaan pada portal berita www.prfmnews.id dengan judul Pola Komunikasi Pemberitaan di Media www.prfmnews.id di Kota Bandung.

KAJIAN LITERATUR


Aziz dalam Bungin (2006:45) menerangkan bahwa rancangan penelitian yang memenuhi standar ilmiah harus menyertakan teori yang dianggap relevan untuk membantu objek yang diteliti.

Media richness theory atau teori kekayaan media pertama kali diungkapkan oleh Richard Daft dan Robert Lengel pada tahun 1986. Teori ini berpendapat bahwa media bervariasi dalam kekayaan informasinya yakni kemampuan media untuk mengubah pemahaman dalam interval waktu. Menurut teori ini, ada 4 (empat) faktor yang memengaruhi kekayaan media, yaitu:

- a. Kemampuan media untuk mentransmisikan berbagai macam petunjuk.

- b. Kecepatan tanggapan.
- c. Variasi bahasa.
- d. Fokus personal dari medium atau kemampuan untuk mempersonalisasikan pesan kepada penerima pesan.

Teori kekayaan media disebut juga sebagai teori kekayaan informasi. Hal ini merupakan *framework* untuk menggambarkan komunikasi media dengan kemampuannya untuk mereproduksi informasi yang dikirim melalui media tersebut.

Richness	Daft and Lengel (1984)	Trevino, Daft, and Lengel (1987)	Lengel and Daft (1988)
	Face to face	Face to face	Physical Presence
	Telephone	Telephone	Interactive media
	Written, personal	Written, personal	Personal static media
	Written, formal	Written, formal	Formal static media
	Numeric, formal		

Tabel 1 : *The Evolution of Media Richness Hierarchies*

Sumber : researchgate.net

Daft dan Langel dalam sebuah artikelnya mengatakan jika setiap organisasi baik bisnis maupun non bisnis selalu menghadapi dua persoalan yang berkaitan dengan informasi, yaitu ketidakpastian (*uncertainty*) dan ketidakjelasan (*equivocality*). Anggota organisasi atau perusahaan selalu akan berupaya untuk mengurangi ketidakpastian dan ketidakjelasan dengan berbagai aktivitas komunikasi dan informasi.

Upaya ini menghasilkan berbagai bentuk komunikasi dan penggunaan berbagai jenis media. Daft dan Lengel menamai keadaan dalam 7 (tujuh) jenis, format, atau pola komunikasi sebagai berikut:

- a. Pertemuan kelompok (*group meeting*)
- b. Perantara dan pengolah informasi (*integrators*)
- c. Pertemuan kelompok kecil (*mini group meeting*)
- d. Pertemuan membuat perencanaan (*planning*)
- e. Laporan tertulis yang disebarkan untuk menjelaskan suatu kegiatan (*special report*)
- f. Sistem informasi formal
- g. Peraturan dan tata laksana

Daft dan Lengel menyarankan peneliti agar memerhatikan sistem informasi berbagai media mulai dari yang paling kaya hingga yang paling miskin, yakni:

- a. Tatap muka
- b. Konferensi video
- c. Telepon
- d. Dokumen antarpribadi seperti memo atau surat
- e. Dokumen resmi
- f. Dokumen berisi informasi numerik

Komunikasi massa (*mass communication*) dapat diartikan sebagai komunikasi melalui media (Effendy, 2001:20). Komunikasi massa memiliki karakteristik yakni terdapat komponen dan proses yang

terjadi saat komunikasi berlangsung. Beberapa karakteristik komunikasi massa tersebut yaitu:

- a. Komunikator terlembaga
- b. Pesan bersifat umum
- c. Komunikan anonim dan heterogen
- d. Media massa menimbulkan keserempakan
- e. Komunikasi mengutamakan isi ketimbang hubungan
- f. Komunikasi bersifat satu arah
- g. Stimulasi alat indra terbatas
- h. Umpan balik tertunda

Ardianto Elvinaro dalam *Komunikasi Massa Suatu Pengantar*, pada dasarnya media massa dapat dibagi menjadi dua kategori, media massa cetak dan media massa elektronik. Media cetak yang dapat memenuhi kriteria tersebut adalah surat kabar dan majalah. Sedangkan media elektronik yang memenuhi kriteria media massa adalah radio siaran, televisi, film, media *online* (Elvinaro, 2007:103).

Apa yang tersedia di media adalah berita dan informasi. Berita adalah kabar keseharian, laporan kejadian yang menarik. Berita adalah realita tangan kedua (*second-hand-reality*). Tidak hanya merupakan sebuah kejadian, berita juga dapat dibuat dan direkayasa (Subandi, 2007:6). Kata “berita” sendiri berasal dari kata sangsekerta, *vrit* (ada atau terjadi) *vrita* (kejadian atau peristiwa).

Berikut ini adalah beberapa definisi yang dikemukakan oleh para

pakar dan praktisi komunikasi dan jurnalistik:

- a. *News is the first rough draft of history* - Ben Bradlee.
- b. *News is the immediate, the important, the things that have impact on our lives* - Freda Morris, NBC.
- c. Reporter tentunya hanya menginsafi bahwa surat kabar, radio, dan televisi memberikan atau melaporkan beberapa kejadian yang penting untuk diketahui khalayak ramai - Rosihan Anwar (Subandi, 2007:5).

Idi Subandi dalam buku Kecerdasan Komunikasi (Seni Berkomunikasi Kepada Publik, 2007) membuat definisi yang sederhana menjadi "*news is what people want and need to know*" atau berita adalah apa yang ingin dan perlu orang ketahui.

Berita memiliki nilai layak berita jika di dalamnya ada unsur kejelasan (*clarity*) tentang kejadiannya, ada unsur kejutannya (*surprise*), ada unsur kedekatannya (*proximity*), secara geografis, serta ada dampak (*impact*) dan konflik personalnya.

Ada beberapa jenis berita yang populer yang dikenal dalam dunia jurnalistik (Romly, 2003: 40-46), diantaranya:

- a. Berita Langsung (*straight news*)
- b. Berita Opini (*opinion news*)

- c. Berita Interpretatif (*interpretative news*)
- d. Berita Mendalam (*depth news*)
- e. Berita Penyelidikan (*investigative news*)

Terry Flew dalam bukunya *New Media* mengatakan bahwa internet dipandang sebagai sumber yang berharga untuk sumber informasi dan pengecekan fakta, dan sebagai media distribusi baru untuk konten berita, tetapi dampak transformatifnya terhadap seluruh ekosistem informasi belum terlihat sampai 2000an Clay Shirky (2008:107).

Jaringan internet tumbuh menjadi media yang dapat menyiarkan secara langsung siaran televisi maupun radio. Menjalankan program perbincangan radio melalui internet merupakan salah satu contoh bagaimana media internet bisa digunakan sebagai medium pertukaran informasi (Gillmor, 2004:36). Hal ini akan berimplikasi kepada pengguna internet untuk memproduksi serta mendistribusikan informasi demikian pula yang terjadi pada portal atau situs berita.

Rulli Nasrullah dalam buku Teori dan Riset, Media Siber, John Vivian mengungkapkan bahwa media baru seperti internet dapat melampaui pola penyebaran pesan media tradisional. Sifatnya dapat berinteraksi mengaburkan batasan geografis, kapasitas interaksi, dan dilakukan secara *realtime*. Holmes bahkan membagi media dalam perspektif historis yang menjadi era

media pertama (*first media age*) dengan pola *broadcast*, dan era media kedua (*second media age*) dengan pola interactivity. Media baru dan khalayak tidak sekadar ditempatkan sebagai objek yang menjadi sasaran dari pesan. Khalayak dan perubahan teknologi media telah memperbaharui peran khalayak untuk menjadi lebih interaktif terhadap pesan.

Kemunculan internet dengan media barunya, membuat ekosistem komunikasi bertransformasi. Jane Singer dalam buku *New Media*, Terry Flew mengatakan jika para jurnalis memproduksi konten untuk satu saluran seperti surat kabar atau program televisi, dan mereka memproduksinya dalam satu format.

Sebagian besar dari mereka bekerja di industri media yang stabil, berkat model pendapatan berbasis iklan yang menguntungkan, sangat menguntungkan bagi dekade dan mereka memiliki sesuatu yang dekat dengan monopoli dalam memberikan berita kepada publik.

Di luar ruang redaksi, hampir semua komunikasi yang berhubungan dengan pekerjaan mereka adalah dengan sumber: jarang mereka berinteraksi langsung dengan pembaca, pemirsa atau pendengar - dan ketika mereka melakukannya, mereka umumnya berbicara untuk saluran media mereka daripada untuk diri mereka sendiri sebagai individu (Singer, 2010:103).

Jurnalisme tradisional dalam lingkup komunikasi massa.	Jurnalisme kontemporer dalam lingkup konvergensi media.
Konten media yang diproduksi untuk <i>platform</i> tunggal; lembaga pemberitaan adalah media cetak, radio, atau televisi; jurnalis dilatih untuk media cetak, radio atau televisi	Jurnalis diharapkan untuk mengadopsi praktik kerja konvergen atau multimedia untuk lembaga yang beroperasi di seluruh <i>platform</i> media
Model pendapatan yang stabil dan menguntungkan	Organisasi media perlu bereksperimen dengan model pendanaan karena sumber tradisional (misalnya iklan baris) bermigrasi ke <i>online</i>
Monopoli dalam memberikan berita kepada publik	Persaingan dari blogger, jurnalis warga, sumber lainnya
Interaksi utama dengan sumber berita (misalnya politisi untuk jurnalis politik, olahragawan untuk jurnalis olahraga)	Umpan balik berkelanjutan dari publik melalui halaman komentar, Twitter, dan media sosial lainnya
Jurnalis sebagai karyawan dan juru bicara untuk organisasi media mereka	Jurnalis sebagai entitas mandiri dengan pengikut dan komunitas keterlibatan (misalnya pengikut Twitter)

Tabel 2 : Transformasi Jurnalisme *Online*
Sumber : Flew, 2007:109

KERANGKA KONSEPTUAL

Pola adalah kaidah atau alur tertentu yang dijadikan patokan. Menurut Colin English dictionary, pola (*pattern*) diartikan sebagai berikut:

- a. Pola merupakan susunan dari unsur-unsur atau suatu bentuk-bentuk tertentu (*arrangement of line, shapes*).
- b. Cara dimana sesuatu itu terjadi atau tersusun (*when in which something happens or is arranged*).
- c. Pola adalah design atau kerangka dari sesuatu yang telah tercipta (*design or instruction from which something is to be made*).

- d. Pola adalah sesuatu atau seseorang yang menjadi model atas sesuatu yang lainnya (*use something / somebody as a model for something/somebody*).

Dalam penelitian ini, pola diartikan sebagai cara kerja yang tersusun dari unsur-unsur atau bentuk-bentuk tertentu berdasarkan pada teori yang ada. Pola komunikasi pemberitaan dapat dipahami sebagai "pattern" dari suatu proses penyiaran yang bersifat fleksibel atau mudah diubah. Perubahan pola atau "pattern" yang disepakati bersama ini, dapat dipengaruhi oleh beberapa faktor salah satunya adalah dengan kehadiran media baru.

KERANGKA PEMIKIRAN

Media Richness Theory muncul berdasarkan teori sebelumnya yakni *Contingency Theory*. Tokoh yang menggagasnya adalah Richard L. Daft dan Robert H. Lengel dengan buku terlarisnya *Organisation Theory and Design*. Asumsi teori ini bahwa tingkat kerancuan pesan dalam organisasi tinggi, maka harus memilih satu diantara sekian banyak pesan yang sesuai dengan hal tersebut. Teori kekayaan media menempatkan media itu sendiri menjadi rangkaian besar kesempurnaan yang digambarkan sebagai potensi media tersebut dalam menyampaikan informasi (Daft dan Lengel, 1984: 196).

Percakapan *face to face* misalnya, adalah media yang paling kaya dimana pengirim pesan menerima umpan balik segera atas

berapa baik penerima mendengarkan dan memahami pesan tersebut. Bahasa tubuh, ekspresi wajah, atau isyarat lisan penerimanya nantinya akan menandakan adanya kebingungan atau ketidaktertarikan, pengirim pesan dapat memperjelas pesan, atau meminta umpan balik lisan secara langsung.



Bagan 1: Kerangka Pikir

Komunikasi pada hakikatnya adalah kesamaan makna atau persepsi. Teori ini masih sangat relevan dengan keadaan saat ini dalam sebuah organisasi atau perusahaan.

Penelitian ini menitikberatkan pada penelitian tentang pola komunikasi pemberitaan. Secara internal teori kekayaan media akan sangat berkaitan dengan teori komunikasi massa yang di dalamnya akan menurunkan produk berupa media massa. Dimana organisasi atau perusahaan yang diteliti dalam penelitian ini adalah perusahaan media yang dikepalai oleh seorang atasan yang membawahi beberapa anggotanya yang disebut redaktur sebagai pelaksana.

Dalam penelitian ini, peneliti menggunakan *Media Richness Theory* sebagai rujukan upaya konvergensi dari Radio PRFM 107,5 Bandung yang memiliki portal berita

yakni www.prfmnews.id. Tentunya untuk memperkuat perusahaan media itu sendiri dari segi bisnis, dan menambah platform baru sebagai tindak lanjut dari perkembangan teknologi industri media ke arah yang lebih luas.

METODE PENELITIAN

Penelitian ini dilakukan dengan metodologi kualitatif dari sekumpulan prosedur riset yang menghasilkan data kualitatif melalui observasi. Metodologi penelitian seperti ini memungkinkan peneliti dapat memahami dan memandang subjek penelitian sebagaimana subjek itu sendiri dalam mengungkapkan pandangannya.

Sugeng dalam bukunya *Metode Penelitian Komunikasi Kualitatif*, penelitian kualitatif memiliki dua tujuan utama yaitu menggambarkan dan mengungkapkan (*to describe and explore*). Tujuan kedua adalah untuk menggambarkan dan menjelaskan (*to describe and explain*).

Pendalaman dari penelitian ini dilakukan menggunakan metode kualitatif dengan pendekatan studi kasus. Untuk menjawab fokus penelitian, studi kasus merupakan pendekatan yang sesuai. yang memiliki pertanyaan “*how*” dan “*why*” (Yin,2008:1).

Robert E. Stake dalam *Handbook of Qualitative Research, Second Edition* (Denzin, 2000:435) mengungkapkan jika studi kasus bukan merupakan suatu pilihan metodologi, namun suatu pilihan untuk kasus yang seharusnya

dipelajari (*case study is not methodological choice but a choice of what is to be studied*).

Pendekatan studi kasus diterapkan pada berbagai penelitian termasuk diantaranya penelitian komunikasi, pemasaran, organisasi, manajemen, dan lain-lain. Kesimpulan studi kasus didapatkan dari penelitian tidak berlaku secara umum tetapi hanya sebatas pada kasus-kasus tertentu yang sedang diteliti pada objek tertent.

Creswell menerangkan jika dalam studi kasus kualitatif, peneliti dapat menyusun pertanyaan maupun sub pertanyaan melalui isu dengan tema yang lebih mendalam. Hal tersebut dilakukan dengan pengumpulan data, analisis dan konstruksi format naratif. Creswell menekankan, bahwa persiapan matang untuk melakukan analisis studi kasus adalah memiliki suatu strategi analisis yang baik.

SUMBER DATA

Proses pengolahan data dimulai dengan mengelompokkan data yang telah diperoleh dari penelitian di lapangan, yaitu dari hasil observasi yang sudah dituliskan dalam bentuk catatan lapangan, hasil wawancara, serta dokumentasi berupa buku, gambar, foto, dan sebagainya untuk diklasifikasikan dan dianalisis dengan menelaah seluruh data yang tersedia dari berbagai sumber.

Wawancara mendalam merupakan wawancara tak berstruktur yang dilakukan seperti percakapan informal dan bertujuan untuk memperoleh bentuk-bentuk

informasi tertentu dari narasumber (Creswell, 1998:62-63). Wawancara dilakukan kepada informan yang berjumlah 7 orang, salah satunya adalah informan ahli. Enam orang lainnya merupakan karyawan atau staf yang mengelola www.prfmnews.id yakni, Direktur, General Manager, Pemimpin Redaksi, Kepala Divisi, Editor, dan Wartawan lapangan.

Sebagai pelengkap data dari informan, peneliti juga melakukan observasi lapangan tentang kegiatan dari masing-masing tugas dan tanggung jawab informan.

TEKNIK PENGUMPULAN DATA

Dalam penelitian ini, peneliti menggunakan teknik pengumpulan data melalui beberapa cara, yaitu:

- a. Wawancara mendalam merupakan wawancara tak berstruktur yang dilakukan seperti percakapan informal dan bertujuan untuk memperoleh bentuk-bentuk informasi tertentu dari narasumber (Creswell, 1998:62-63).
- b. Studi dokumentasi dalam pendekatan studi kasus penggunaan dokumen yang paling penting adalah untuk mendukung dan menambah bukti dari sumber-sumber lain. Pertama, dokumen membantu proses verifikasi ejaan dan judul atau dalam wawancara. Kedua, dokumen dapat menambah rincian

spesifik lainnya guna mendukung informasi dari sumber-sumber lain; Ketiga, referensi dapat dibuat dari dokumen-dokumen sebagai contoh dengan mengobservasi pola tembusan karbon dari dokumen tertentu seorang peneliti dapat mulai pertanyaan baru tentang komunikasi dan jaringan kerja suatu organisasi (Yin, 2008:104-105).

Mengumpulkan bahan-bahan referensi sebagai rujukan teori dan asumsi yang berkaitan serta menunjang penelitian. Dalam hal ini peneliti akan mencari informasi dari buku-buku yang berkaitan dengan media literasi, media massa, dan yang berkaitan lainnya.

- c. Observasi menurut Bungin (2007: 115) mengemukakan beberapa bentuk yang dapat digunakan dalam penelitian kualitatif, yaitu observasi partisipasi, observasi tidak terstruktur, dan observasi kelompok tidak terstruktur. Diantaranya:
 1. Observasi partisipasi (*participant observation*)
 2. Observasi tidak berstruktur
 3. Observasi kelompok

PEMBAHASAN

Organisasi pada hakikatnya harus melakukan komunikasi untuk mencapai tujuannya. Meskipun pada prinsipnya, pendekatan dan pola

komunikasinya yang dilakukan pasti berbeda pada setiap organisasi.

Pemberitaan merupakan suatu produk media yang menjadi inti bisnis dan usahanya. Pemberitaan juga merupakan produk yang harus dipertanggung jawabkan perusahaan media. Dalam pengelolaannya, pemberitaan diproduksi dan disebarluaskan dengan proses yang panjang. Namun dengan adanya perkembangan teknologi, proses panjang tersebut dapat ditempuh dengan waktu yang relatif cepat dan akurat.

Radio 107,5 PRFM Bandung sebagai pengelola *website* www.prfmnews.id, melakukan pengelolaan pola komunikasi dan pemberitaan yang tidak sederhana. Sebagai induk perusahaan yang bergerak dibidang media radio (media lama/konvensional), Radio 107,5 PRFM Bandung harus melakukan penyesuaian dan beradaptasi dengan perkembangan teknologi informasi yang ada.

Perkembangan teknologi informasi tersebut ditandai dengan munculnya beberapa platform seperti *website* hingga media sosial. Menurut Direktur Radio 107,5 PRFM Bandung yang juga menjabat sebagai Direktur PT. Mustika Media Digital, Januar P. Ruswita, pengelolaan *website* sebagai bentuk konvergensi media dilakukan dengan serius agar konten yang dihasilkan dapat dipertanggung jawabkan dan memiliki kualitas yang baik bagi khalayak.

Konvergensi media dan konten juga merupakan sebuah keharusan di era kekinian. Seperti apa

yang disampaikan oleh akademisi yang juga Komisioner KPID Jawa Barat, Achmad Abdul Basith dalam wawancara yang dilakukan, bahwa tren pendengar atau pembaca saat ini mengalami perubahan besar sehingga media perlu beradaptasi untuk menyesuaikan platform yang sedang banyak digunakan. Jika tidak, ancaman berikutnya berpotensi untuk menjadi nyata yaitu terpuruknya media konvensional secara bisnis. Asumsinya, perubahan tersebut berlaku bagi perilaku para pembaca, pendengar, atau penonton media yang biasanya menikmati media dalam platform konvensional, berpindah ke platform digital. Menurut Basith, tren pendengar, pembaca atau audience saat ini bergeser. Awalnya mendengar, menonton atau membaca melalui media konvensional, beralih ke media digital.

General Manager (GM), Priyadi Zalam Yudha, juga senada bahwasannya pada mulanya www.prfmnews.id dibentuk sebagai perpanjangan tangan media Radio 107,5 PRFM.

Direktur Radio 107,5 PRFM sebelumnya, memulai dengan membentuk pondasi bisnis. Hingga berjalannya waktu, www.prfmnews.com menemukan rumah baru yaitu www.prfmnews.id bekerja sama dengan Pikiran Rakyat Media Network (PRNM).

GM bersama Pemimpin Redaksi (Pemred), M. Fauzi A. Sidiq, membentuk komunikasi eksternal bersama media partnernya yaitu PRNM. Komunikasi yang berfokus

pada bisnis yang artinya untuk mendapatkan keuntungan.

Website www.prfmnews.id dikelola atas dasar bisnis dan kesempatan untuk meraih jangkauan pemberitaan dan khalayak yang lebih luas. Radio 107,5 PRFM sebagai pondasinya, berkontribusi besar dalam pengembangan platform yang tadinya hanya mengandalkan audio atau suara, pada platform yang tidak hanya menyajikan tulisan, namun foto juga video serta terintegrasi dengan media sosial.

Terry Flew dalam buku *New Media*, mengatakan bahwa kecenderungan media lama untuk memperluas platformnya dengan bersinergi terhadap media baru dikarenakan munculnya perusahaan berbasis media digital sebagai penyedia layanan konten. Asumsi ini juga menjadi dasar bagaimana perusahaan radio seperti Radio 107,5 PRFM Bandung membangun dan mengelola *website* www.prfmnews.id.

Pengejawantahan konvergensi media yang terjadi antara *website* www.prfmnews.id dan Radio 107,5 PRFM adalah saling bersinerginya pemberitaan antar keduanya. Berita yang dimuat di www.prfmnews.id dapat bermula dari bahasan atau topik juga narasumber yang mengudara di Radio 107,5 PRFM, atau sebaliknya. Berita yang sudah dimuat di www.prfmnews.id, dapat dibacakan penyiar bahkan menjadi topik dan tema bahasan baru yang dikembangkan oleh redaktur radio dan penyiar Radio 107,5 PRFM.

Menurut GM www.prfmnews.id, hal tersebut sudah merupakan Standar Operasional Prosedure (SOP) yang harus dijalankan pengelola *website* yang terdiri dari Pemred, Kepala Divisi (Kadiv) www.prfmnews.id, editor, wartawan lapangan, dan Content creator (CC).

Pelaksanaan SOP diawasi pula oleh Pemred sebagai atasan langsung yang bertanggung jawab pada pemberitaan di www.prfmnews.id. Menurut Pemred www.prfmnews.id, Fauzi, selain konten, keselarasan antara pemberitaan di *website* dan radio diperlukan sebagai pembentukan citra untuk menarik perhatian pembaca dan menjaga pula kepercayaan pembaca dan pendengar.

Bentuk keseriusan pengelolaan media *online*, maka dibentuklah tim yang secara khusus menangani konten di media *online* www.prfmnews.id. Dikepalai langsung oleh seorang Pemred, kemudian dalam pelaksanaannya dilakukan oleh Kadiv www.prfmnews.id. Level berikutnya adalah para editor yang melaksanakan tugas penulisan dan penyuntingan berita yang diterima dari CC yang merupakan personel eksternal di luar skema organisasi perusahaan, namun menjadi tanggung jawab Kadiv www.prfmnews.id.

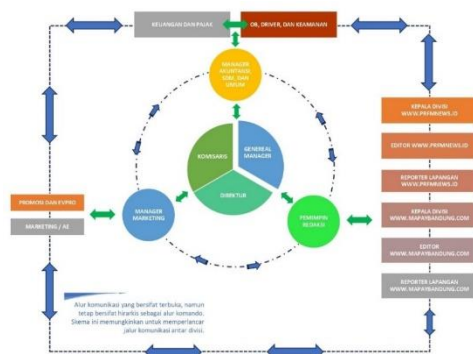
Secara teknis, tim redaktur yang khusus mengelola www.prfmnews.id diisi oleh 7 orang staf sebagai berikut diantaranya:

1. Pemimpin Redaksi
2. Kepala Divisi

3. Editor
4. Reporter/Wartawan Lapangan
5. Content Creator (CC)

Segala bentuk instruksi yang dihasilkan dari rapat atau diskusi antar divisi, segera dicatat ulang dan langsung disampaikan kepada divisi yang berkaitan agar segera dieksekusi. GM akan melakukan pengawasan penuh terhadap instruksi yang disampaikan. Sehingga instruksi dapat dilaksanakan dengan baik. Pantauan tersebut dilakukan GM kepada bawahan langsung yakni Pemimpin Redaksi.

Tidak hanya sesuatu yang bersifat insidental, rapat bulanan rutin dilaksanakan untuk menyamakan persepsi, menyampaikan laporan bulanan tiap divisi, melakukan evaluasi kinerja juga menentukan target berikutnya. Rapat bulanan besar ini setiap bulannya dihadiri oleh jajaran Komisaris dan Direksi bersama para kepala divisi.



Bagan 2: Alur Komunikasi Antar Divisi

Pemberitaan di www.prfmnews.id sepenuhnya berada dalam kendali Kepala Divisi www.prfmnews.id. Sebagai pimpinan

langsung, dalam wawancara bersama Kadiv www.prfmnews.id, Rifki Abdul Fahmmi, dirinya memberikan arahan langsung kepada para editor, wartawan lapangan, dan para content creator berupa tema dan topik yang beritanya dapat diproduksi secara harian atau mingguan.

Kadiv www.prfmnews.id juga memberikan kebebasan CC untuk menggarap berita-berita lainnya atau mencari sumber sendiri baik melalui website lain (sesuai SOP) atau mencari naras umber lain untuk melengkapi berita. Patokan yang harus dicapai CC adalah tema yang sudah menjadi instruksi.

Topik dan tema yang diarahkan didapat dari berbagai sumber referensi seperti topik dan tema yang sedang diangkat di Radio PRFM, hasil analisa Google analitik, atau pantauan *realtime* pembaca www.prfmnews.id lewat aplikasinya, atau juga memantau website lain yang relevan sebagai rujukan. Semua dicatat kemudian menjadi instruksi kepada para editor, wartawan lapangan dan para *content creator*.

Rubrik yang ada di www.prfmnews.id dibuat berdasarkan minat pembaca. Dibuat juga berdasarkan referensi website lain yang tergabung dalam Pikiran Rakyat Media Network (PRMN). Rubrik yang ada di www.prfmnews.id adalah sebagai berikut:

1. Citizen Report
2. Bandung Raya
3. Jawa Barat
4. Nasional
5. Internasional

6. Kabar Persib
7. Olahraga
8. Lifestyle
9. Hiburan
10. Pariwisata
11. Cek Fakta
12. Foto
13. Video
14. Streaming Radio

Ada beberapa cara dalam mengimplementasikan pola komunikasi pemberitaan di media online www.prfmnews.id hingga akhirnya dimuat. Cara pertama, penulisan berita dapat dilakukan dengan melakukan penentuan topik dan tema yang disepakati dan menjadi instruksi saat rapat harian redaksi www.prfmnews.id. Setelah muncul bayangan topik dan tema, kemudian editor, wartawan, dan CC akan mulai melakukan pencarian data melalui berbagai cara seperti narasumber, website lain, laporan warga melalui media sosial, dan narasumber yang sudah mengudara di Radio PRFM. Setelah data terkumpul, kemudian menentukan sudut pandang berita untuk kemudian dilakukan penulisan berita.

Cara kedua, penulisan berita dapat dilakukan setelah menerima rilis berita dari sumbernya seperti rilis berita dari instansi pemerintah dan swasta. Media rilis tersebut kemudian dicari tema utama dan tema lanjutannya. Maka, satu sumber media rilis dapat dijadikan dua berita yang dapat dituliskan. Berita yang sudah ditulis, jika teks tersebut dibuat oleh content creator, maka editor akan melakukan penyuntingan. Artinya, media rilis dapat ditulis ulang menjadi

berita oleh CC atau juga oleh para editor.

Cara ketiga adalah melakukan pengembangan berita. Tugas dan tanggung jawab editor www.prfmnews.id salah satunya juga memantau berita apa yang sedang ramai dicari oleh pembaca. Dengan mencari kata kunci yang paling banyak dicari di Google analytic, untuk memantau pembaca secara realtime di www.prfmnews.id.

Seperti apa yang disampaikan dalam wawancara, pemberitaan di Radio 107,5 PRFM juga menjadi acuan penulisan untuk pemberitaan di website www.prfmnews.id. Sebaliknya, apa yang menjadi pemberitaan di www.prfmnews.id, juga menjadi rujukan dalam pemberitaan di Radio PRFM.

Kadiv www.prfmnews.id memberikan pula salah satu instruksi yang cukup penting yakni untuk terus memantau frekuensi Radio PRFM dan media sosialnya. Tentunya penulisan berita yang bersumber dari media sosial dan Radio PRFM akan ditulis ulang untuk memenuhi kriteria penulisan berita di website www.prfmnews.id.

Keselarsan pemberitaan yang dimuat dan disiarkan di www.prfmnews.id dan Radio PRFM terus dijaga. Tujuan konsistensi ini adalah untuk menanamkan *image* pada pendengar dan pembaca jika www.prfmnews.id dan Radio 107,5 PRFM berafiliasi, bekerjasama, bahkan menjadi media yang saling mendukung dalam menyebarkan berita khususnya tentang Kota Bandung. Tidak hanya kepada

pendengar dan pembaca, keselarasan ini juga melalui pertimbangan bisnis. Dimana *image* Radio 107,5 PRFM dan www.prfmnews.id adalah merupakan satu kesatuan kepada para klien atau pengiklan. Baik yang beriklan di Radio PRFM maupun beriklan di *website* www.prfmnews.id.

Konsep bisnis pemberitaan di www.prfmnews.id tidak hanya bergantung pada iklan *direct* atau banner yang dipasarkan oleh para marketing/AE, namun juga didukung oleh iklan programatik yang muncul dari mesin pendukung yang dimiliki oleh PRNM. Iklan dalam bentuk pemberitaan juga dapat diakomodir oleh www.prfmnews.id, biasa disebut advertorial. Iklan yang secara programatik yang secara otomatis muncul pada laman *website*, akan dilaporkan kepada www.prfmnews.id setiap bulan oleh PRMN. Sementara itu iklan *direct* atau advertorial dikelola sendiri oleh management PT. MMD.

Evaluasi yang dilaksanakan pada saat yang sama setelah berita tersebut dimuat. Evaluasi juga dilaksanakan diinternal divisi pengelola www.prfmnews.id. Tidak hanya internal divisi, evaluasi juga dilakukan pada tingkat yang lebih tinggi mulai dari GM, Direktur hingga Komisaris. Pertemuan sebulan sekali yakni untuk membahas evaluasi pencapaian target, budgeting, konten pemberitaan, dan tentu proyeksi atau gagasan-gagasan baru untuk satu bulan kedepan (jangka pendek), satu semester

(jangka menengah), hingga proyeksi tahun mendatang (jangka panjang).

Dalam beberapa wawancara dengan pertanyaan yang sama yang ditanyakan oleh peneliti yaitu mengenai pentingnya evaluasi, Direktur, Pemimpin Redaksi, Kepala Divisi www.prfmnews, dan Editor, beranggapan bahwa evaluasi perlu dilakukan untuk memperbaiki kesalahan komunikasi antar divisi maupun memperbaiki kesalahan pada konten pemberitaan. Selain menjaga kepercayaan pembaca, evaluasi juga perlu untuk tetap dapat mengembangkan bisnis www.prfmnews.id sebagai industri media.

KESIMPULAN

Berdasarkan hasil penelitian yang peneliti lakukan di divisi *online* Radio 107,5 PRFM yaitu www.prfmnews.id, dan berdasarkan pada bahasan yang diuraikan, maka peneliti dapat menarik kesimpulan sebagai berikut:

1. Pengelolaan pola komunikasi pemberitaan di media www.prfmnews.id memiliki kompleksitas yang sangat tinggi. Sehingga dibutuhkan banyak hal yang mendetail terkait SOP dari masing-masing divisi. Orientasi pola komunikasi yang dikembangkan adalah komunikasi yang terbuka namun tetap pada hirarki yang jelas. Bisa jadi inilah konsekuensi yang harus dihadapi dalam membangun konvergensi media yang sinergis antar divisi dan *platform* media yang berbeda. Langkah untuk membentuk tim

khusus yang menangani media *online* www.prfmnews.id merupakan langkah maju dalam membangun *trust* pembaca sekaligus langkah bisnis yang ideal. Sehingga masing-masing personil dapat fokus mengerjakan apa yang seharusnya dikerjakan termasuk melaksanakan instruksi atasan atas kesepakatan dan mengembangkan kreatifitas pelaksanaannya.

2. Untuk mewujudkan pola komunikasi yang diusung www.prfmnews.id, divisi media *online* www.prfmnews.id melakukan beberapa cara dalam penulisan beritanya. Dengan personil yang ada, konten yang diproduksi diawali dengan penentuan tema dan topik sesuai dengan kata kunci dan menganalisa berita apa yang sedang banyak mendapat atensi di media *online*. Selain itu, sinergitas dengan divisi lainnya seperti divisi media sosial dan divisi Radio 107,5 PRFM dilakukan sebagai wujud satu kesatuan, saling mendukung, dan saling melengkapi dalam pemberitaan yang dimuat pada masing-masing *platform*.
3. Konsep pemberitaan di www.prfmnews.id diproduksi berdasarkan beberapa tahap diantaranya melalui rapat redaksi untuk menentukan berita yang akan di produksi, lalu memasuki proses penulisan berita hingga akhirnya dimuat. Tidak berhenti sampai pada dimuatnya berita,

distribusi berita hingga tahap evaluasi dilakukan untuk mendapatkan hasil yang maksimal.

DAFTAR PUSTAKA

- Ardianto, Elvinaro, dan Lukiati Komala Erinaya. 2004. *Komunikasi Massa Suatu Pengantar*, Bandung: Simbiosia Rekatama Media
- Ardianto, Elvinaro dan Qomaruzzaman, Bambang. 2016. *Filsafat Ilmu Komunikasi*, Bandung: Simbiosia Rekatama Media.
- Badudu, Zein. 1994. *Kamus Umum Bahasa Indonesia 2*. Pustaka Sinar Harapan. Jakarta.
- Bajari, Atwar dan Saragih, Sahala Tua. 2011. *Komunikasi Kontekstual*. Bandung: PT. Remaja Rosdakarya.
- Basrowi, dan Sukidin. 2002. *Metode Penelitian Kualitatif Perspektif Mikro*. Surabaya: Insan Cendikia.
- Biagi, Shirley. (2010). *Pengantar Media Massa*. Jakarta: Salemba Humanika
- Bungin, Burhan. 2006. *Sosiologi Komunikasi*. Jakarta: Kencana
- Bodgan, Robert and Taylor, Steven J. 1975. *Introduction to Qualitative Research Methods A Phenomenological Approach to the Sosial Sciences*. New York: John Wiley & Sons.

- Cangara, Hafied. 2002. *Pengantar Ilmu Komunikasi*. Jakarta: PT. Raja Grafindo Persada.
- Creswell, Jhon W. 1998. *Quality Inquiry & Research Design Choosing Among Five Tradition*. London: Sage Publikation.
- Denzin, N.K. dan Lincoln, Y.S. 2000. *Handbook of Qualitative Research, Second Edition*. Sage Publications. London.
- Denzin, K. Norman dan Yvonna S. Lincoln. 2008. *Handbook of Qualitative Research*. Pustaka Pelajar. Yogyakarta.
- Devito. Joseph A. 2001. *Communicology: An Introduction to the Study of Communication*.
- Devito, Joseph A. 1997. *Komunikasi Antar Manusia*. Jakarta: Professional Books
- Effendy, Onong Uchjana. 2009. *Ilmu Komunikasi: Teori dan Praktek*. Bandung: PT Remaja Rosda Karya.
- Effendy, Onong Uchjana. 1989. *Kamus Komunikasi*, Bandung: Mandar Maju.
- Effendy, Onong Uchjana. 2003. *Ilmu Teori dan Filsafat Komunikasi*, Bandung: PT. Remaja Rosda Karya.
- Effendy, Onong Uchjana. 2002. *Radio Siaran Teori dan Praktik*, Jakarta: Mandar Maju.
- Flew, Terry. 2016. *New Media*. Oxford
- Guba, Denzin. 2001. *Teori dan Paradigma Penelitian Sosial*. Tiara Wacana Yogyakarta.
- Habermas, Jurgen. 2008. *Ruang Publik (The Structural Transformation of the Publik Sphere: An Inquiry Into a Category of Bourgeois Society)*. Kreasi Wacana.
- Herdiansyah, Haris. 2010. *Metodologi Penelitian Kualitatif Untuk Ilmu-Ilmu Sosial*. Jkt. Salemba Humanika.
- Hidayat, Dedy N. 2003. *Paradigma dan Metodologi Penelitian Sosial Empirik Klasik*, Jakarta: Departemen Ilmu Komunikasi FISIP Universitas Indonesia.
- Kasiram, Moh. 2008. *Metodologi Penelitian*. Malang: UIN-Malang Pers.
- Kuswarno, Engkus. 2009. *Metode Penelitian Komunikasi Fenomenologi: Konsep, Pedoman, dan Contoh Penelitian*. Bandung: Widya Padjajaran.
- Lexy J. Moleong. 1990. *Metodologi Penelitian Kualitatif*, Bandung: PT. Remaja Rosdakarya.
- Liliweri, Alo. 2011. *Komunikasi Serba Ada Serba Makna*. Kencana Prenada Media Group.Jakarta.
- Littlejohn, Stephen W. dan Foss, Karen A. 2016. *Ensiklopedia Teori Komunikasi Jilid 1*. Kencana.

- Littlejohn, Stephen W. dan Foss, Karen A. 2016. *Ensiklopedia Teori Komunikasi Jilid 2*. Kencana.
- Littlejohn, Stephen W. 1997. *Theoritis Of Human Communication. Seventh Edition*. Wadsworth Publishing Company. USA.
- Maulana, Syarif. 2015. *Filsafat komunikasi*, PT Publika Edu Media.
- Mcquail, Denis. 2010. *McQuail's mass communication theory 6th ed*. London: SAGE.
- Meleong, Lexy J. 2001 *Metode Penelitian Kualitatif. Edisi Revisi*, Bandung: PT. Remaja Rosdakarya.
- Miles, Matthew B & Hubbermas, A Michael. 1992. *Analisa Data Kualitatif*, terjemahan, Rohidi, Tjetjep Rohendi Jakarta: UI Press
- Mufid, Muhamad. 2005. *Komunikasi dan Regulasi Penyiaran*. Prenada Media.
- Muhtadi, Asep Saeful. 1999. *Jurnalistik Pendekatan Teori dan Praktek*. Logos. Bandung.
- Mulyana, Deddy dan Solatun. 2003. *Metode Penelitian Kualitatif*. Bandung: PT. Remaja Rosdakarya.
- Mulyana, Deddy. 2009. *Ilmu Komunikasi Suatu Pengantar*. Bandung: PT. Remaja Rosdakarya
- Nasution. 2003. *Metode Penelitian Naturalistik Kualitatif*. Bandung: Tarsito
- Nasrullah, Rulli. 2016. *Teori dan Riset, Media Siber*, Bandung. Simbiosia.
- Nasrullah, Rulli. 2016. *Media Sosial, Perspektif Komunikasi, Budaya, dan Siosioteknologi*, Bandung, Simbiosia.
- Neuman, Wlliam Lawrence. 2003. *Sosial Research Methods; Qualitative and Quantitative Approaches*, Pearson Education.
- Nimmo, D. 2005. *Komunikasi Politik Komunikator, Pesan, dan Media*. Bandung:PT Rempaja Rosdakarya
- Nuruddin.2003. *Komunikasi Massa*, Malang: Cespur.
- Prayudha, Harley. 2010. *Think and Learn Radio*. Harley Publishing.
- Prabowo. 1996. *Memahami Penelitian Kualitatif*. Andi Offset. Yogyakarta.
- Quinn, Michael Patton. 2002. *Qualitative Research and Evaluation Methods, 3rd Edition*. Thousand Oaks, California: Sage Publikations, Inc.
- Romli, Asep Samsul M. 2003. *Jurnalistik Praktis Untuk Pemula Edisi Revisi*. Bandung: Remaja Rosda Karya.

- Ruliana, Poppy. dan Lestari, Puji. 2019. *Teori Komunikasi*. PT Rajagrafindo Persada.
- Salam, Burhanuddin. 2017. *Pengantar Filsafat*, PT Bumi Aksara
- Severin, Werner J and James W. Tankard, Jr. (2008). *Teori Komunikasi: Sejarah, Metode, dan Terapan di Dalam Media Massa. Edisi ke 6 (Communication Theories: Origin, Methods & Uses in The Mass Media)*. Terjemahan Hayanto, Sugeng. Jakarta: Kencana Prenada Media Group.
- Silalahi, Ulber. 2009. *Metode Penelitian Sosial*. Bandung; PT. Refika Aditama.
- Subandy Ibrahim, Idi. 2007. *Kecerdasan Komunikasi Seni Berkomunikasi Kepada Publik*. Bandung. Simbiosis Rekatama Media.
- Subandy Ibrahim, Idi dan Bachrudin Ali Akhmad (eds). 2021. *Riset Komunikasi dan Budaya Perspektif Teoretik dan Agenda Riset*, Depok: Rajawali Pers.
- Subandy Ibrahim, Idi dan Rakhmat Jalaludin. 2019. *Metode Penelitian Komunikasi Edisi Revisi Kedua*. Simbiosis Rekatama Media.
- Sugeng, Pujileksono. 2016. *Metode Penelitian Komunikasi Kualitatif*. Kelompok Intrans Publishing.
- Sugiyono. 2014. *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Sumadiria, A.S. Haris. 2005, *Jurnalistik Indoensia; Menulis Berita dan Feature; Panduan Praktis Jurnalis Profesional*. Bandung: Simbiosis Reatama Media.
- Tabroni, Roni. 2018, *Jurnalisme Demokratis*.
- Tubbs Stewart L dan Sylvia Moss. 2000. *Human Communications: Prinsip-prinsip Dasar. Buku Pertama*. Diterjemahkan oleh Deddy Mulyana dan Gembirasari. Bandung: Remaja Rosdakarya.
- Vivian, John. 2008. *Teori Komunikasi Massa, edisi Kedelapan (The Media of Mass Communication, 8 th Edition)*. Terjemahan Tri Wibowo B.S. Jakarta: Kencana Prenada Media Group.
- Widjaja, A.W. 2000. *Ilmu Komunikasi*. Bina Aksara. Jakarta.
- Yin, Robert K. 2008. *Studi Kasus: Desain Dan Metode*. Jakarta: PT. Raja Grafindo Persada