



# 1 PENDAHULUAN

## 1.1 Latar Belakang

Menurut Defleur dan Dennis (2005:158) yang dikutip oleh Atmodjo (2015: 226), komunikasi massa adalah suatu proses dalam mana komunikator-komunikator menggunakan media untuk menyebarluaskan pesan-pesan secara luas, dan secara terus menerus menciptakan makna-makna yang diharapkan dapat mempengaruhi khalayak yang besar dan berbeda-beda dengan melalui berbagai cara. Menurut definisi tersebut dapat disimpulkan bahwa komunikasi massa dapat terjadi dengan adanya media massa, tanpa adanya media massa sebagai alat komunikasi, meskipun disampaikan kepada khalayak ramai namun tidak menggunakan media massa, hal tersebut tidak dapat disebut sebagai komunikasi massa. Media massa adalah salah satu alat atau saluran komunikasi sebagai penyebar pesan atau informasi secara massal dengan jangkauan luas, akses cepat dan capaian komunikasi tinggi. Media massa sangat efektif untuk komunikasi massa karena dapat mengubah sikap, pendapat, dan perilaku komunikannya. Meskipun komunikasi berada di lokasi yang berbeda, tetapi mereka dapat menerima informasi secara bersamaan atau hampir sama.

Jenis komunikasi media massa meliputi media cetak (surat kabar, majalah), media elektronik (radio, TV, film) dan media baru yaitu internet. Masing-masing jenis media massa tersebut dapat dijangkau oleh sebagian besar masyarakat. Oleh karena itu, dengan muncul dan berkembangnya internet sebagai media baru yang dapat membawa dampak besar bagi masyarakat dalam segala aspek kehidupan. Menurut Alyusi (2016 : 1), munculnya internet dapat menghubungkan antar manusia dari berbagai belahan dunia yang tidak saling kenal sebelumnya dengan cara mengkoneksikan komputer dengan jaringan internet. Interaksi tersebut dengan tujuan untuk memenuhi kebutuhan hidup baik jasmani dan rohani, salah satunya adalah kebutuhan informasi. Media internet juga dimaknai sebagai media yang dapat mengubah tatanan produksi dan distribusi informasi. Masyarakat memiliki peran baru, tidak hanya sebagai penerima informasi, namun juga sebagai pembuat informasi.

Perkembangan internet tersebut dapat juga dilihat dari munculnya banyak media sosial, sehingga masyarakat dapat saling bertukar dan mendapatkan berbagai informasi, kapan saja dan di mana saja, tanpa harus membutuhkan waktu yang lama dan bertatap muka. Bentuk dan fungsi media sosial juga beragam, ada yang memiliki fungsi sebagai sarana komunikasi dua arah, ada juga yang berfungsi untuk menyebarkan informasi.

Hasil survei Asosiasi Penyelenggara Jasa Internet Indonesia (APJII) pada tahun 2016, menunjukkan bahwa konten internet yang diakses pengguna internet di Indonesia yaitu konten media sosial yang mencapai 129,2 juta. Sama halnya, dengan konten lainnya seperti hiburan dan berita yang masing-masing mencapai 128,4 juta dan 127,9 juta dari jumlah total 132,7 juta pengguna internet. Dalam hal ini, menunjukkan bahwa sekalipun internet tidak sepenuhnya dimanfaatkan untuk media sosial, tetapi keberadaan media sosial diperhitungkan masyarakat sebagai media alternatif untuk memperoleh akses informasi dan berita. Contohnya, Twitter, Facebook, Instagram, Youtube, dan media sosial lain, memungkinkan masyarakat untuk berinteraksi dan bertukar informasi.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IPB.
2. Dilarang mengemukakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IPB.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang  
Institut Pertanian Bogor (IPB)  
College of Vocational Studies  
Bogor Agricultural University



1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IPB.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IPB.

#### Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

Menurut Hadiyanto (2019: 43), fakta peristiwa dan pendapat yang dilaporkan sesegara mungkin melalui media massa merupakan ciri utama berita disebarkan melalui media surat kabar, radio, televisi, dan media internet. Penyebaran berita yang diharuskan cepat diterima oleh masyarakat relevan dengan adanya media sosial yang bersifat *up to date*, *real time*, dan praktis. Oleh karena itu, hal tersebut dimanfaatkan oleh perusahaan media untuk berupaya menyajikan berita yang *ter-up to date* tanpa mengesampingkan nilai berita yang kredibel, tervalidasi, dan pesan yang efektif diterima masyarakat setelah membaca berita.

Harian Umum Solopos sebagai perusahaan media cetak yang telah beroperasi sejak tanggal 19 September 1997 yang dinaungi oleh PT Aksara Solopos, kini telah melebarkan usahanya dengan menambah penyebaran berita di media internet salah satunya adalah *website* Solopos.com. Solopos.com diciptakan untuk memenuhi kebutuhan informasi masyarakat tidak hanya seputar Soloraya namun juga informasi nasional dan global. Solopos terus berusaha berkembang untuk menyebarkan berita hingga sampai ke masyarakat dengan maksud yang sama, sehingga dapat mengubah perspektif dan sikap masyarakat setelah membaca berita. Usaha penyebaran berita ditunjukkan dengan adanya sejumlah akun media sosial selain *website* yang dinilai dapat menunjang dan membantu penyebaran berita semakin efektif. Media sosial yang digunakan diantaranya Instagram dengan akun @solopos\_com, penyajian berita yang disuguhkan berupa video berdurasi satu menit atau lebih dan infografis seputar peristiwa menarik, atau informasi yang jarang diketahui masyarakat, selanjutnya ada Facebook Fanpage dan Twitter dengan akun Solopos.com. Berbeda dengan akun Instagram, Facebook dan Twitter hanya digunakan untuk membagikan link berita yang telah diunggah melalui *website* Solopos.com atau yang sering kita sebut dengan fitur *hyperlink* dan juga cuplikan video berdurasi singkat.

Penggunaan media sosial sebagai penunjang penyebaran berita Solopos.com dinilai efektif karena sasaran khalayak yang dipilih adalah mulai dari usia 20 tahun hingga kurang lebih 40 tahun (dewasa awal) dengan produktifitas penggunaan internet yang relatif tinggi dan membutuhkan informasi *ter-up to date*. Oleh karena itu, hal tersebut juga menjadi strategi Solopos.com dalam menyebarkan berita, didukung dengan tampilan *layout* video dan infografis yang *simple* dan elegan serta tatanan *feeds* Instagram yang teratur dan *eyecatching*. Strategi lainnya adalah dengan menjadwalkan waktu *upload* yaitu delapan kali *upload* per hari disemua media sosial.

### 1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang yang telah penulis paparkan di atas, perumusan masalah dalam Laporan Akhir ini adalah :

- 1) Bagaimana teknik penyajian berita Solopos.com di media sosial?
- 2) Bagaimana penyebaran berita Solopos.com di media sosial?
- 3) Bagaimana kendala dan solusi penyebaran berita Solopos.com di media sosial?



### 1.3 Tujuan

Laporan akhir ini dibuat dengan adanya beberapa tujuan yang ingin diperoleh. Berdasarkan perumusan masalah yang telah penulis tentukan di atas, tujuan yang dibahas pada laporan akhir ini antara lain yaitu :

- 1) Menjelaskan teknik penyajian berita Solopos.com di media sosial.
- 2) Menjelaskan penyebaran berita Solopos.com di media sosial.
- 3) Menjelaskan kendala dan solusi penyebaran berita Solopos.com di media sosial.

## 2 METODE

### 2.1 Lokasi dan Waktu

Laporan akhir ini disusun berdasarkan data yang diperoleh selama melaksanakan Praktik Kerja Lapangan (PKL) di Harian Umum Solopos pada divisi redaksi bagian editor video Instagram yang beralamat di Jalan Adi Sucipto 190 Karangasem, Kecamatan Laweyan, Kota Surakarta, Jawa Tengah. Praktik Kerja Lapangan dilakukan pada semester genap (akhir semester 6) dimulai pada tanggal 13 Januari hingga 7 Maret 2020 dengan jadwal efektif enam hari kerja dalam seminggu. Jam kerja yang efektif dimulai sejak pukul 08.00 sampai 16.00 WIB.



**Sekolah Vokasi**  
College of Vocational Studies

### 2.2 Data dan Instrumen

Data dan instrumen berperan penting dalam penyusunan laporan tugas akhir. Data terbagi ke dalam dua jenis, yaitu data primer dan data sekunder. Data primer merupakan sumber data yang diperoleh secara langsung, sedangkan data sekunder merupakan kebalikan dari data primer, yaitu sumber data yang diperoleh secara tidak langsung. Sedangkan instrumen adalah alat bantu yang digunakan dalam pengumpulan data.

#### 1) Data Primer

Menurut Yulianto, *et al* (2018: 36-37), data primer adalah data penelitian yang diperoleh dengan mengumpulkan langsung dari sumber pengamatan. Data primer dapat diperoleh melalui observasi langsung, wawancara, dan partisipasi aktif dalam proses *editing* video yang akan *upload* di akun Instagram @solopos\_com. Observasi langsung dengan mengamati kinerja tim editor dengan cermat dan langsung berada di lokasi. Data yang diperoleh dicatat langsung sebagai acuan yang akan ditambahkan pada laporan tugas akhir. Wawancara dilakukan dengan pihak internal yaitu redaktur yang berkaitan dengan data yang ingin diperoleh.

#### 2) Data Sekunder

Data sekunder adalah data yang diperoleh secara tidak langsung tetapi menggunakan data yang telah dihasilkan. Data diperoleh melalui media perantara atau sumber kedua. Data sekunder terdiri dari hasil studi pustaka, data lembaga, serta sumber-sumber data yang terkait dengan permasalahan yang diangkat pada laporan tugas akhir ini. Data sekunder yang digunakan adalah: