



Media Sosial Sebagai Sarana Penyebarluasan Berita

Zalfa Viastiana1*, Imron Rosyidi1, Dono Darsono2

1Jurusan Ilmu Komunikasi Jurnalistik, Fakultas Dakwah dan Komunikasi, UIN Sunan Gunung Djati, Bandung

2 Jurusan Ilmu Komunikasi Jurnalistik, Fakultas Dakwah dan Komunikasi, UIN Sunan Gunung Djati, Bandung

*Email : zalfaviastiana299@gmail.com

ABSTRAK

Penelitian ini dilatarbelakangi media konvensional ke media sosial sebagai sarana untuk menyebarkan informasi, salah satunya adalah Radio PRFM yang menggunakan media sosial *YouTube* sebagai sarana untuk menyebarkan informasi. Tujuan dari penelitian ini yaitu untuk mengetahui bagaimana proses produksi berita yang dilakukan oleh Radio PRFM untuk ditayangkan di media sosial *YouTube*, mulai dari proses pemilihan isu, proses penyajian berita, dan evaluasi yang dilakukan Radio PRFM. Penelitian ini menggunakan teori *new media* yang dikemukakan oleh Pierre Levy. Penelitian ini menggunakan metode penelitian kualitatif dengan pendekatan deskriptif. Hasil penelitian menyimpulkan bahwa *YouTube* Radio PRFM mempunyai dua jenis konten berita, yaitu konten berita liputan khusus dan video pendek, isu didapatkan melalui media sosial dan liputan, dengan mengutamakan isu yang berada di wilayah Bandung Raya. *YouTube* Radio PRFM melakukan evaluasi dengan cara menyajikan semua jenis berita ke *YouTube*.

Kata Kunci : YouTube; New Media; Berita; Radio PRFM

ABSTRACT

This research is behind the conventional media which is currently starting to switch to using social media as a means to spread information, one of which is Radio PRFM that uses Youtube social media as a means to spread information. The purpose of this study is to find out how the news production process conducted by Radio PRFM to be broadcast on Social Media Youtube, starting from the issue selection process, the process of presenting news, and evaluations conducted by Radio PRFM. This research uses the New Media theory put forward by Pierre Levy. This study uses qualitative research methods with a descriptive approach. The results concluded that YouTube Radio PRFM has two types of news content, namely special coverage news content and short video, issues are obtained through social media and coverage, prioritizing issues in the Greater Bandung area. Youtube Radio PRFM conducts an evaluation by presenting all types of news to Youtube.

Keywords : YouTube; Issue; News; Radio PRFM

PENDAHULUAN

Media konvensional saat ini mulai beralih menggunakan media sosial sebagai sarana untuk menyebarkan informasi. Selain karena tuntutan perkembangan teknologi informasi, penggunaan media sosial yang dilakukan oleh media konvensional dikarenakan saat ini sebagian besar khalayak telah beralih menggunakan media sosial sebagai tempat untuk mendapatkan informasi (Basuki, 2013: 3-5).

Radio PRFM merupakan bagian dari Pikiran Rakyat Group, salah satu perusahaan media terbesar di Jawa Barat. Radio PRFM mulai mengudara sebagai radio berita sejak 8 November 2009. Radio yang memiliki format siaran berita berbasis softnews ini sangat digemari oleh masyarakat khususnya di Kota Bandung, hal ini dibuktikan dengan beberapa raihan penghargaan diantaranya yaitu Pemenang KPID Jabar Award Kategori Program Berita Radio pada tahun 2014 dan 2015 (Muttaqin, 2018: 18).

Melihat perkembangan teknologi informasi yang semakin pesat, Radio PRFM mulai memasuki pasar internet dengan menggunakan portal media online sebagai wadah untuk menyebarkan informasi. Namun, untuk menjangkau khalayak yang lebih luas, Radio PRFM berupaya melakukan cara lain dalam menyebarkan berita, salah satunya adalah menggunakan media sosial YouTube dengan nama pengguna Radio PRFM 107.5 News Channel.

YouTube merupakan situs web yang menyediakan layanan berbagi video yang memungkinkan pengguna untuk berbagi media video dan gambar. YouTube memfasilitasi pengguna untuk berbagi video dan dapat diakses oleh pengguna lain di seluruh dunia dengan gratis dan cepat, hal inilah yang membuat YouTube populer hingga saat ini. Selain itu YouTube juga sarana untuk mencari dan berbagi informasi dengan lebih mudah karena metode video yang digunakan membuat khalayak bisa lebih mencerna informasi yang didapatkan melalui YouTube. (Afiah, 2021:8).

Media sosial YouTube mulai menjadi sorotan khususnya di Indonesia. Berdasarkan riset yang dilakukan Hootsuite dan We Are Social pada Januari 2021, pengguna YouTube di Indonesia mencapai 170 juta pengguna atau 93,8 persen dari total populasi pengguna internet di Indonesia.

Situs YouTube menyajikan beragam kategori video, mulai dari politik, hiburan hingga film. Apapun video yang diinginkan pengguna kemungkinan besar dapat ditemukan di kanal YouTube ini. Salah satu kategori video YouTube yang mendapatkan perhatian adalah yang berkaitan dengan portal berita dari portal berita online maupun stasiun televisi. Hal ini bisa dilihat dari banyaknya media yang berlomba lomba

untuk video berita yang menyajikan ulang berita melalui kanal YouTube. Tentu cuplikan berita di YouTube ini sangat bermanfaat bagi masyarakat, masyarakat dapat melihat ulang kembali berita dalam bentuk yang berbeda (Helianthusonfro, 2016:5).

Berdasarkan data pada 22 Januari 2022, YouTube PRFM memiliki 50.500 subscriber. Selama bulan September 2021 hingga Januari 2022, YouTube PRFM mengalami peningkatan sekitar 3000 subscriber dengan rata-rata 100 hingga 1000 penonton setiap harinya. Dalam menyebarkan informasinya, YouTube PRFM mempublikasikan 1 hingga 3 video setiap harinya. Pemilihan isu berasal dari portal media online PRFM News.

YouTube PRFM menyajikan beragam konten yang dapat dinikmati oleh masyarakat, untuk konten beritanya sendiri terbagi menjadi empat, yang pertama berita nasional yang membahas informasi seputar nasional, kedua berita Jawa Barat yang membahas informasi mengenai Jawa Barat dan sekitarnya, ketiga berita Bandung Raya yang membahas informasi seputar Bandung dan sekitarnya, dan yang terakhir Citizen Report yang menyajikan informasi yang bersumber dari masyarakat.

Berdasarkan hal tersebut YouTube PRFM telah dipercaya oleh masyarakat khususnya masyarakat Kota Bandung dalam hal menyebarkan berita melalui YouTube. Hal ini dibuktikan dengan meningkatnya jumlah subscriber setiap bulannya. Selain itu Radio PRFM telah menjawab tuntutan teknologi digital dengan menggunakan media sosial sebagai sarana menyebarkan berita salah satunya yaitu YouTube yang saat ini sedang mengalami perkembangan yang signifikan di Indonesia. Oleh karena itu, peneliti tertarik untuk meneliti secara mendalam mengenai proses produksi yang dilakukan oleh Radio PRFM dalam menayangkan berita melalui YouTube.

Penelitian ini tidak lepas dari referensi yang sudah dilakukan. Berikut sejumlah penelitian yang dipandang relevan dan dijadikan referensi, diantaranya, Pertama, Galuh Garmabrata, 2014, Mahasiswa Ilmu Komunikasi Konsentrasi Jurnalistik Universitas Sultan Ageng Tirtayasa, melakukan penelitian dengan judul “Realitas KOMPAS TV dalam Menggunakan YouTube Sebagai Sarana Menyebarluaskan Berita”. Penelitian ini menunjukkan bahwa dalam melakukan proses penyebarluasan berita melalui YouTube, realitas yang terjadi pada KOMPAS TV begitu beragam, dari mulai strategi yang digunakan hingga penonton yang cukup puas pada tayangan berita yang KOMPASTV sajikan.

Kedua, Nila Nuraini, 2019, Mahasiswa Komunikasi Penyiaran Islam IAIN Tulungagung melakukan penelitian dengan judul “Penggunaan YouTube Sebagai Sarana Penyebarluasan Berita NET TV Jawa Timur di Media Sharing Online”

penelitian ini menunjukkan bahwa indikator berita yang NET TV Jawa Timur lakukan yaitu berdasarkan klasifikasi pemberitaan yang bersifat hardnews dan softnews, hambatan yang NET TV hadapi yaitu pada jaringan internet dan langkah untuk mengatasi hambatan tersebut yaitu menggunakan coding dan penambahan bandwidth.

Penelitian ini dilakukan di Jl. Asia Afrika No. 77, Bandung yang merupakan lokasi kantor Radio PRFM. Alasan peneliti melakukan penelitian di tempat tersebut dikarenakan lokasi ini sangat memungkinkan untuk mendapatkan informasi dan data melalui wawancara mendalam dan sebagai data pelengkap objek yang diteliti yaitu YouTube Radio PRFM.

Berdasarkan latar belakang yang telah diuraikan, peneliti akan memfokuskan kedalam tiga pertanyaan penelitian, yaitu (1) bagaimana proses pemilihan isu berita yang dilakukan oleh Radio PRFM dalam pembuatan konten berita yang akan disebarakan melalui YouTube. (2) bagaimana proses penyajian konten berita yang dilakukan oleh Radio PRFM untuk disebarakan melalui YouTube. (3) bagaimana evaluasi yang dilakukan oleh Radio PRFM mengenai berita yang ditayangkan di media sosial YouTube.

Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif yang menurut Cresswell dalam bukunya *Educational Research*, penelitian kualitatif sangat bergantung pada informasi dari objek yang diteliti, penelitian kualitatif pun berfokus pada proses dalam penelitian sehingga penelitian ini bersifat luas dan tidak dibatasi (Cresswell, 2008:46). Sedangkan metode yang digunakan yaitu metode deskriptif yang bertujuan untuk memberikan gambaran atau sejumlah fenomena secara terpisah. Penelitian deksriptif mempelajari masalah, tata cara yang berlaku pada masyarakat, serta melihat situasi tertentu yang mencakup hubungan, kegiatan, sikap, pandangan, serta proses yang sedang berlangsung dari suatu fenomena. (Rakhmat, 2005:24).

Penelitian ini menggunakan teknik pengumpulan data yang bersumber dari wawancara mendalam kepada informan, observasi, dan studi dokumentasi. Dalam menentukan informan, ada kriteria informan yang telah ditetapkan, yaitu pihak yang terlibat langsung dalam proses produksi konten berita YouTube Radio PRFM dan mempunyai waktu dan bersedia untuk diwawancarai dan dimintai informasi. Ada dua informan dalam penelitian ini, yaitu kepala divisi YouTube Radio PRFM dan pemimpin redaksi Radio PRFM.

LANDASAN TEORITIS

Penelitian membutuhkan landasan teori agar penelitian yang dilakukan memiliki arah yang jelas dan tidak mengalami kesulitan. Pada penelitian ini peneliti menggunakan teori new media yang dikemukakan oleh Pierre Levy (cantumkan

tahun). Teori new media atau media baru merupakan istilah yang digunakan untuk semua media komunikasi massa yang berlandaskan teknologi komunikasi dan informasi. Teori new media hadir karena adanya internet sebagai salah satu alat komunikasi saat ini. Dengan adanya internet ini khalayak dapat berkomunikasi dan berinteraksi dengan mudah tanpa harus bertemu dahulu.

Teori new media yang dikemukakan oleh Pierre Levy ini membahas mengenai perkembangan media yang belakangan ini berkembang semakin pesat. Kemunculan new media merupakan salah satu hasil dari perkembangan teori komunikasi. Menurut Pierre Levy (dalam Solomon, 2011: 52), terdapat dua pandangan dalam teori new media antara lain:

Pertama, pandangan interaksi sosial, yaitu pandangan yang membedakan media menurut kedekatannya dengan interaksi tatap muka. Pierre levy beranggapan bahwa World Wide Web (WWW) sebagai suatu lingkungan yang fleksibel dan dinamis yang memungkinkan khalayak untuk mengembangkan pengetahuan yang baru. Interaksi sosial dalam media baru merupakan suatu hal yang umum, yang membedakan media baru yaitu media baru dapat menciptakan ruang antar penggunanya untuk berinteraksi dengan fleksibel.

Kedua, pandangan integrasi sosial, yaitu pada pandangan integrasi sosial, media baru tidak dilihat dalam informasi dan penyebarannya, namun dalam bentuk bagaimana cara khalayak menggunakan media untuk menciptakan masyarakat. Media bukan hanya sebagai tempat untuk mendapatkan informasi, tetapi dapat menyatukan beberapa bentuk masyarakat sehingga dapat memberi rasa saling memiliki.

Media sosial merupakan salah satu bentuk new media, dengan kemunculan media sosial sebagai media baru, maka dalam penelitian ini teori yang digunakan adalah teori new media. Peneliti menganggap hal ini relevan mengingat saat ini Radio PRFM menggunakan salah satu media sosial yaitu YouTube sebagai sarana penyebarluasan berita dan informasi.

Nasrullah (2016:11) mendefinisikan Media sosial yaitu platform di internet yang memungkinkan penggunanya untuk berinteraksi, bekerja sama, berbagi dan berkomunikasi dengan pengguna lain dan membentuk ikatan sosial secara virtual.

Media sosial adalah sebuah media online dimana para penggunanya dapat dengan mudah berpartisipasi, menciptakan, dan berbagi isi melalui platform jejaring sosial, forum, wiki dan dunia virtual. Jejaring sosial merupakan salah satu bentuk media sosial yang paling banyak digunakan oleh khalayak di seluruh dunia. Andreas Kaplan dan Michael Haenlein dalam Hikmat (2018:40) mendefinisikan media sosial sebagai suatu kelompok aplikasi internet yang

didasari ideologi dan teknologi Web 2.0, dimana khalayak memungkinkan untuk penciptaan dan pertukaran user-generated content.

Terdapat beberapa jenis media sosial yang populer dan digunakan banyak khalayak, salah satunya yaitu YouTube. YouTube merupakan salah satu portal web yang menyediakan layanan berbagi video. Pengguna yang telah mendaftar dan mengunggah video kedalam server YouTube, dapat dilihat oleh khalayak internet di seluruh dunia (Kindarto, 2008:1).

YouTube merupakan media penyedia layanan video terbesar saat ini. Umumnya video-video yang terdapat pada YouTube adalah video klip, film, acara televisi serta video yang dibuat oleh pengguna. YouTube merupakan salah satu produk hasil kemajuan teknologi, siapapun dapat memanfaatkan fasilitasnya, khalayak dibebaskan untuk mengunggah video apapun dan tidak ada batasan (Garmabrata, 2014:31).

Salah satu kategori video YouTube yang mendapatkan perhatian adalah yang berkaitan dengan berita dari portal berita online maupun stasiun televisi. Hal ini bisa dilihat dari banyaknya media yang berlomba-lomba untuk menyajikan ulang berita melalui kanal YouTube. Tentu cuplikan berita di YouTube ini sangat bermanfaat bagi masyarakat. Masyarakat dapat melihat kembali berita dalam bentuk yang berbeda (Helianthusonfro, 2016:5).

Berita menurut Romli sebagaimana dikutip dalam Hikmat (2018:148) merupakan peristiwa yang dilaporkan melalui media massa. Suatu peristiwa tidak bisa disebut berita jika tidak dilaporkan atau dipublikasikan melalui media massa dan diketahui banyak orang dan tidak semua peristiwa layak untuk dipublikasikan melalui media massa.

Sumadiri (2005:65) mendefinisikan berita sebagai informasi mengenai fakta yang disebarakan melalui media massa seperti surat kabar, radio, televisi, maupun internet. Media massa dan berita saling terikat satu sama lain, karena tak ada media tanpa berita dan tak ada berita tanpa media.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Hasil penelitian diperoleh melalui teknik wawancara mendalam (in depth interview) terhadap dua informan, diantaranya yaitu Ketua Divisi YouTube PRFM selaku informan kunci dalam penelitian ini, serta Pimpinan Redaksi Radio PRFM. Fokus pada penelitian ini yaitu membahas mengenai bagaimana Radio PRFM menggunakan media sosial YouTube sebagai sarana untuk menyebarkan berita serta proses Radio PRFM mengolah berita untuk ditayangkan di YouTube.

Peneliti juga melakukan observasi selama kurang lebih tiga bulan terhitung sejak September 2021 hingga Desember 2021 saat peneliti melakukan kegiatan job training pada divisi YouTube Radio PRFM. Observasi yang dilakukan bersifat partisipan karena peneliti turut berperan dengan divisi YouTube Radio PRFM dalam mengelola tayangan berita di YouTube. Dengan melakukan observasi yang bersifat partisipan ini, maka peneliti dapat dengan mudah memahami proses distribusi tayangan melalui media streaming dan cara kerja YouTube Radio PRFM. Selain itu juga dengan observasi partisipan dapat memudahkan peneliti untuk memperoleh data karena peneliti terjun langsung dalam masalah ini.

Selain melakukan wawancara mendalam dan observasi partisipan, peneliti juga melakukan studi dokumentasi. Studi dokumentasi merupakan teknik pengumpulan data yang tercatat baik berupa tulisan maupun gambar. Selain itu juga dengan teknik studi dokumentasi ini dapat digunakan untuk mengecek keabsahan data yang didapat melalui teknik wawancara mendalam dan observasi. Peneliti melakukan studi dokumentasi melalui screen capture tahap-tahap pengelolaan video oleh tim yang kemudian diunggah ke YouTube. Hasil yang diperoleh dari proses wawancara mendalam, observasi, dan studi dokumentasi kemudian akan diolah dan dianalisis sesuai dengan judul penelitian ini yaitu “Media Sosial Sebagai Sarana Penyebarluasan Berita (Studi Deskriptif Mengenai Penggunaan YouTube dalam Menyebarkan Berita pada Radio PRFM)”. Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui bagaimana Radio PRFM mengolah berita untuk ditayangkan di media sosial YouTube.

Pemilihan Isu Berita YouTube Radio PRFM

Radio PRFM sendiri memilih isu yang ada di wilayah Bandung Raya untuk dijadikan berita utama. Hal yang melatarbelakangi Radio PRFM dalam memilih isu yang ada di wilayah Bandung raya karena faktor kedekatan dan mayoritas pendengar berdomisili di wilayah Bandung Raya atau Jawa Barat.

“Kita memilih isu yang ada di Bandung Raya itu karena dari faktor kedekatannya ya, Radio PRFM ada di wilayah Bandung, dan mayoritas pendengar juga ada di Bandung, jadi kita lebih memprioritaskan di wilayah terdekat dulu lah” (Muhammad Fauzi, 20 Juli 2022).

Radio PRFM sendiri memilih isu berdasarkan dengan kedekatan secara wilayah yaitu memilih Bandung sebagai fokus utama dalam pemilihan isu. Berita dapat dikatakan menarik dan penting apabila salah satunya yaitu mengandung unsur kedekatan (*proximity*). Seperti yang dikatakan oleh Zaenuddin (2011:155) yang menjelaskan nilai berita, salah satunya yaitu kedekatan (*proximity*). Menurut Zaenuddin, berita dapat dikatakan menarik jika media menyajikan suatu peristiwa

secara geografis dekat dengan khalayak. Berita yang mengandung kedekatan inilah yang membuat khalayak tertarik dan merasa terikat secara psikologis dengan beranggapan bahwa berita tersebut penting untuk dilihat.

Jika dilihat dari sisi teori *new media* yang dikemukakan oleh Pierre Levy, dalam pandangan interaksi sosial, Radio PRFM memilih isu yang mengandung kedekatan secara geografis yaitu wilayah Bandung, hal ini dikarenakan untuk mempermudah interaksi antar media dengan khalayaknya, dan khalayak dapat merasakan keterikatannya dengan Radio PRFM.

Sama seperti Radio PRFM yang memfokuskan isu di wilayah Bandung Raya sebagai berita utama, *YouTube* Radio PRFM juga lebih memfokuskan isu mengenai Bandung secara khusus, namun *YouTube* Radio PRFM membahas mengenai berita yang sedang ramai juga. Alasan mengapa dipilihnya Bandung sebagai fokus isu yang ingin dibahas karena isu mengenai Bandung di *YouTube* Radio PRFM selalu dan juga memilih Bandung sebagai fokus isu karena Bandung itu dekat dengan Radio PRFM.

“Kan kalau memang kita lihat secara isu pemberitaan ya, yang pertama harus dicari tuh kedekatan, kan memang Bandung dekat dengan PRFM dan bisa dijangkau oleh kita sebagai media yang meliputnya bisa dijangkau, lalu keakuratan dan lain sebagainya itulah yang kita ambil. Kalau kita mengambil isu nasional tapi kita nya ga ada disana kan sulit juga gitu ya, yang dikhawatirkan itu adalah berita hoax gitu, bukan berita yang sebenarnya. Itu sih yang jadi pertimbangan kenapa kita mengambil Bandung untuk liputan khusus karena memang rame dan Bandung raya, secara kedekatannya juga dapet dan secara penonton kita nya pun dapet gitu” (Wawancara Dedy Mulyana, 20 Juli 2022).

Dalam menentukan sebuah isu, *YouTube* Radio PRFM menganalisis terlebih dahulu semua isu yang berkaitan dengan Bandung dengan cara mengangkat semua isu yang berhubungan dengan Bandung. Setelah dianalisis *YouTube* Radio PRFM menemukan isu yang ramai penonton yaitu topik mengenai Persib.

“Nah, ini kalau soal nentuin isu ya jadi kita lihat dulu dari analisis yang terjadi, sebelum di analisis tuh kita lihat dulu kita ada dimana sih, nah kita kan ada di Bandung, Bandung itu identik dengan apa sih? Misal Bandung dikenal sebagai kota kuliner, *fashion*, inovasi, Persib dan lain sebagainya. Kita cobalah semuanya, nah ternyata yang kena itu Persib. Persib itu ramai di PRFM, karena hampir rata-rata orang Bandung itu suka bola, suka Persib” (Wawancara Dedy Mulyana, 20 Juli 2022).

Selain melihat secara kedekatan dalam pemilihan isu, *YouTube* Radio

PRFM juga memilih isu yang sekiranya berdampak oleh masyarakat. YouTube Radio PRFM ingin memberitakan sesuatu yang berdampak dengan masyarakat yang melihat. Dengan suatu media memilih isu yang berdampak tersebut, khalayak merasa lebih tertarik untuk membaca dan menimbulkan keterikatan dengan berita tersebut karena merasa adanya dampak pada dirinya. Hal ini dijelaskan oleh Zaenuddin (2011:155) yaitu berita dapat dikatakan menarik jika memiliki dampak terhadap khalayak.

Dari berbagai isu dan informasi yang beredar setiap harinya, tidak semua orang membaca dan mengakses semua isu tersebut. Setiap orang rata-rata membaca berita yang menarik atau adanya hubungan dengan dirinya, hal inilah yang dinamakan dengan faktor keterikatan individual. Menurut Muhtadi (2016:114), keterkaitan individual dapat menjadi penghubung antara berita dengan minat pribadi (*self interest*).

Menurut Imron Rosyidi (2015:578) dalam human relation, orang-orang akan termotivasi apabila adanya keinginan atau kebutuhan. Kebutuhan merupakan hal yang penting sekali karena dapat menjadi kunci dari segala kegiatan. Human relation yang efektif adalah usaha untuk memenuhi kebutuhan khalayak agar dapat memberikan kepuasan. Dalam hal ini YouTube Radio PRFM memilih isu berdasarkan kepentingan dan kemenarikan dari isu tersebut. Hal ini dilakukan agar khalayak YouTube Radio PRFM merasa puas dan kebutuhan akan informasi dapat terpenuhi.

Dalam mencari sebuah isu, *YouTube* Radio PRFM mempunyai dua cara dalam mencari sebuah isu, yang pertama dengan cara terjun langsung ke lapangan terkait dengan isu yang sedang ramai, yang kedua mendapatkan isu dari internet yaitu melalui website Radio PRFM yaitu PRFMNEWS.ID, media sosial, dan media pemerintah.

“Kalau *YouTube* tuh ada dua ya, kadang kita turun sendiri ke lapangan, kalau turun sendiri tuh kita lihat dari yang sebelumnya, isu apa yang ramai di *YouTube* PRFM itu yang akan kita buat selanjutnya. Misalnya kita *upload* anggaplah kita balik lagi ke Persib, kita *upload* Latihan Persib, abis *upload* itu banyak yang komen nih misal min coba cek dong stadion GBLA *progress* nya gimana, dan lain lain, nah dari banyaknya komentar itu kita simpulkan dan dijadikan bahan pertimbangan untuk mengangkat topik selanjutnya, Nah kalau itu kan liputan langsung kedua kita ambil dari website terus dari media sosial, bisa juga kita lihat dari websitenya PRFM yang satu perusahaan sama kita lah, kita juga bisa ambil isu dari website-website pemerintah, lalu kita Kelola menjadi sebuah video” (Wawancara Dedy Mulyana, 20 Juli 2022).

Muhammad Fauzi menambahkan, terkait dengan hal mencari isu dari internet itu untuk mencari informasi yang sedang ramai diperbincangkan oleh khalayak dan harus mengandung *news value* yang besar.

“Kita lihat dulu ya isu yang menarik apa, misalnya isu tentang minyak goreng, minyak goreng tuh kan dimana mana sedang dibahas ya, nah lalu ada *statement* dari Presiden Jokowi mengenai minyak goreng, presidennya ngomong langsung nih, lalu kita ambil *statement* nya dan kita olah. Tapi kalau misalnya isu yang tidak terlalu rame ya kita cari lagi yang kira-kira rame seperti apa, kita bener-bener memilah sih. Isu yang jauh kita pikir dua kali sih kalau *news value* nya kecil gaakan kita ambil”. (Wawancara Muhammad Fauzi, 20 Juli 2022).

Berdasarkan hal tersebut, ada dua cara yang dilakukan *YouTube* Radio PRFM mencari sebuah isu yaitu dengan langsung terjun ke lapangan untuk meliput isu yang sedang ramai, dan mencari isu dari internet.

Dalam pembuatan berita, hal utama yang harus dilakukan yaitu mencari sumber berita, karena dari sumber beritalah informasi yang faktual dapat digali dan didapatkan sehingga dapat dijadikan sebuah berita.

Setiap media diputuskan untuk memiliki tempat untuk mengetahui atau terampil terhadap kenyataan, pemikiran, peristiwa, serta data informasi yang mengandung berita. Sumber berita tidak dibatasi dan bergantung pada pengaturan isu (Barus, 2010:54).

Sumber berita merupakan segala hal yang ditemukan pada saat pencarian yang dapat memberikan informasi untuk kebutuhan Menyusun berita. Sumber berita merupakan hal penting dalam menyajikan berita, karna dari sumber berita inilah informasi yang faktual dapat dijadikan berita.

Oramahi (2003:17-18) menjelaskan, ada dua informasi dalam sumber berita yakni, sumber berita pokok dan sumber berita tetap. Sumber berita pokok merupakan sumber berita yang didapatkan secara langsung dengan terjun ke lapangan. Sedangkan berita tetap didapatkan melalui surat kabar, majalah, internet, dan warkat berita.

Penyajian Konten Berita *YouTube* Radio PRFM

Dalam bagian ini peneliti membahas bagaimana proses penyajian konten berita yang dilakukan oleh *YouTube* Radio PRFM. Peneliti membagi kedalam dua variabel diantaranya jenis konten berita *YouTube* Radio PRFM, dan proses produksi konten berita *YouTube* Radio PRFM.

YouTube Radio PRFM mempunyai dua jenis konten berita, yaitu konten berita video pendek dan konten berita video panjang. Yang menjadi pembeda

antara kedua konten berita tersebut adalah pada saat mencari bahan beritanya, konten berita video pendek merupakan jenis konten berita dengan bentuk *straight news* yang hanya menginfokan hal-hal terkait 5W+1H (*What, Who, When, Where, Why + How*) dengan menggunakan pola piramida terbalik. Dalam konten berita video pendek, *YouTube* Radio PRFM tidak harus terjun langsung ke lapangan untuk meliput suatu peristiwa karena isu yang di dapat diambil dari website media online Radio PRFM yaitu PRFMNEWS.ID dan melalui media sosial. Sedangkan konten berita liputan khusus *YouTube* Radio PRFM terjun langsung ke lokasi peristiwa untuk diliput secara mendalam, bentuk beritanya bisa dalam bentuk pelaporan mendalam maupun *feature*.

Piramida terbalik sendiri menurut Zaenuddin (2011:134-135) yaitu pola penyajian berita paling dasar dalam penyusunan berita *straight news* atau *feature*. Dengan piramida terbalik semua informasi penting disimpan di bagian awal, kemudian semakin bawah memuat informasi yang kurang penting atau pelengkap informasi.

Dalam mengutip berita yang bersumber dari media sosial, *YouTube* Radio PRFM mengutamakan nilai pada suatu berita. Menurut Barus (2010:20) nilai sebuah berita ditentukan oleh seberapa jauh syarat-syarat dalam suatu berita dipenuhi. Syarat berita tersebut yaitu: penting, kebaruan, kedekatan, keterbukaan, dan sentuhan manusiawi.

Hal pertama yang harus dilakukan dalam proses produksi konten berita video pendek yaitu setelah mengetahui isu yang ingin dibahas, hal selanjutnya yang harus dilakukan yaitu mencari bahan berita di internet. Biasanya *YouTube* Radio PRFM mengambil bahan berita melalui media sosial dan website resmi pemerintah.

“Kalau video pendek itu kita kan kita tidak meliput langsung ke lapangan, jadi untuk *footage* nya kita mengambil dari media sosial ataupun website resmi pemerintah bisa berupa video maupun foto” (Wawancara Dedy Mulyana, 20 Juli 2022).

Dedy menjelaskan, dalam mengambil *footage*, khususnya di internet dan media sosial, ada beberapa hal yang harus diperhatikan, yaitu saat mencari bahan untuk *footage*, sebelumnya harus dianalisis terlebih dahulu *footage* yang didapat tersebut dengan cara mengecek ke beberapa akun di media sosial untuk menghindari salahnya penyampaian informasi.

“Hal yang harus diperhatikan tuh ini sih tergantung kejadiannya juga, kalau kejadiannya tidak sering terjadi misal kaya isu truk pertamina itu kan jarang terjadi, jadi kita lihat dulu video yang beredar di medsos, kita analisis apakah benar ini tuh video mengenai truk pertamina atau bukan, misal

benar itu kejadiannya ya kita ambil videonya, lalu kita cari akun-akun yang lain jadi jangan hanya dari satu akun dalam mencari sumber berita, kita harus lihat beberapa akun yang lain apakah meng*upload* hal yang sama atau tidak seperti tempat kejadiannya sama atau tidak, kalau misal sama berarti memang benar kejadiannya. Tapi kalau misal videonya kaya video bencana alam, itu kan perlu di cek lagi apakah betul tempat kejadiannya disitu apa bukan, apalagi kita kan gatau ya bener ga sih tempat kejadiannya disitu karena kan kita belum pernah kesana, seperti misal terjadi bencana di luar Bandung dan Jawa Barat, kita tidak tau lokasi kejadiannya kaya gimana, kita hanya tau dari media sosial, lalu kita angkat tuh isu nya dan ternyata itu videonya dari 2 tahun lalu misalnya, kan bahaya ya. Itu lah pentingnya cek ke beberapa akun medsos yang terkait untuk memastikan kebenaran dari isu tersebut, itu dalam memfilter nya gitu” (Wawancara Dedy Mulyana, 20 Juli 2022).

Romli (2012) menjelaskan, ada beberapa etika yang dijadikan acuan dalam menyunting sebuah berita, salah satunya cek dan ricek. Dalam pembuatan berita, harus didasari dengan dua sudut pandang yang berbeda. Hal ini bertujuan untuk menampilkan semua fakta yang relevan, dan juga sebagai jurnalis harus bersikap netral dan tidak boleh memihak.

Dedy juga menambahkan saat mengambil bahan *footage* melalui internet, tidak boleh mengambil bahan berita atau *footage* dari media lain, karena hal tersebut dapat mendapatkan masalah baik itu masalah dengan medianya maupun masalah dengan *YouTube* itu sendiri karena *YouTube* mempunyai kebijakan dan terkena *copyright*.

“Hal yang sangat dilarang itu tidak boleh mengambil bahan berita dan *footage* dari media lain, kecuali kalau ada perjanjian. Misal PRFM melakukan perjanjian dengan TV One jadi kita boleh menggunakan video atau foto yang diunggah TV One di media sosial begitupun sebaliknya. Tapi kalau ga ada perjanjian untuk *YouTube* itu kan ada kebijakan dan *copyright* yang kalau misal kita *re-upload* video orang, video yang kita *re-upload* itu akunnya bisa melaporkan akun kita karena terkena *copyright*, nah itu bahaya juga” (Wawancara Dedy Mulyana, 20 Juli 2022).

(Romli:2012) menjelaskan, ada beberapa etika yang dijadikan acuan dalam menyunting sebuah berita, salah satunya adalah tidak plagiat. Plagiat disini yaitu, tidak menyalin gambar, tulisan atau karya sejenis lainnya tanpa mencantumkan sumber asalnya. Dalam hal ini YouTube Radio PRFM tidak mengambil berita maupun gambar yang berasal dari perusahaan media, dan apabila mengambil gambar melalui media internet, YouTube Radio PRFM mencantumkan sumber dari gambar tersebut.

Dalam memproduksi sebuah berita, YouTube Radio PRFM tetap mengikuti prinsip jurnalistik. Seperti yang dijelaskan oleh Sudirman Tebba (2005:3) yaitu, dilarang memasukan opini pribadi, harus mengandung unsur 5W+1H, berita yang disajikan hanya fakta yang sudah teruji kebenarannya, Penulisan berita harus jelas, tepat, ringkas, sederhana, dan dapat dipercaya, berita harus lugas dan mengandung daya gerak.

Pada prinsipnya YouTube Radio PRFM juga dalam proses produksi konten beritanya berpedoman dalam kode etik jurnalistik. Dalam mengambil gambar maupun video dari media lain, Radio PRFM menuliskan sumber dari foto atau video tersebut jika mengambilnya dari media lain. Hal ini juga dijelaskan dalam kode etik jurnalistik dalam pasal 2 yaitu “Wartawan Indonesia menempuh cara-cara yang profesional dalam melaksanakan tugas jurnalistik” Dalam penafsirannya cara wartawan untuk profesional dalam kegiatan jurnalistik yaitu dalam rekayasa pengambilan dan pembuatan penyiaran gambar, foto, suara harus dilengkapi dengan keterangan tentang sumber dan ditampilkan secara berimbang.

Untuk konten berita liputan khusus hal yang pertama dilakukan yaitu menentukan tema isu yang ingin diangkat, kemudian membuat aspek penting yang ingin dibahas pada di liputan tersebut, lalu melakukan perizinan terkait dengan pihak yang terlibat dengan isu yang diangkat.

“Persiapan untuk liputan langsung kita itu membuat tema isunya dulu ya, udah tema isu dibuat lalu buat aspek-aspek yang mau kita bahas, setelah itu kalau liputan khusus kita persiapan kamera, kita janjian mungkin dengan narasumber di hari apa, lalu kita siapin alat dan berangkat dan kita wawancara yang poinnya udah kita siapin” (Wawancara Dedy Mulyana, 20 Juli 2022).

Setelah bahan berita terkumpul, langkah selanjutnya yaitu membuat naskah berita untuk nanti dilakukan *voice over*. Naskah berita dibuat dengan pola piramida terbalik, yaitu semua informasi penting disimpan di awal.

“Setelah bahan-bahan terkumpul langkah selanjutnya yaitu buat naskah VO, kalau berita pendek kita memakai pola piramida terbalik ya karena bentuk beritanya *straight news*” (Wawancara Dedy Mulyana, 20 Juli 2022).

Setelah naskah selesai, langkah selanjutnya yaitu masuk ke proses rekaman, rekaman untuk *voice over* dilakukan oleh penyiar yang ada di Radio PRFM. YouTube Radio PRFM juga mengedit audio yang sudah selesai dibuat dan disesuaikan kembali dengan *footage* beritanya.

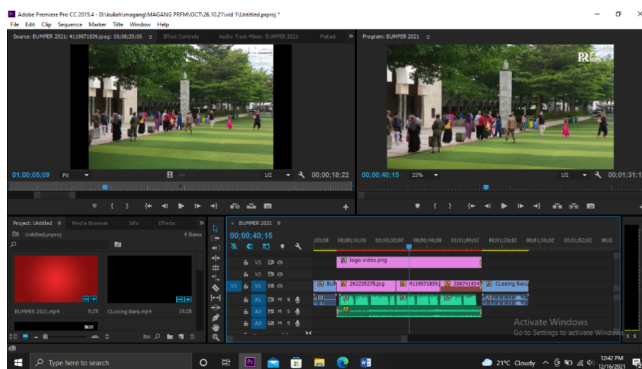
“Kita kan ada penyiar disini, nah kita biasanya minta penyiar untuk

mengisi VO nya jadi kita bikin scriptnya nanti penyiar yang melakukan VO. Setelah VO nya jadi baru kita edit lagi audionya, entah itu dia salah baca atau yang lain sebagainya itu kita edit-edit lagi sama kita sesuaikan dengan ilustrasi atau videonya gitu” (Wawancara Dedy Mulyana, 21 Juli 2022).

Setelah *footage* berita terkumpul dan *voice over* sudah selesai, langkah selanjutnya masuk pada tahap *editing*. Tahap *editing* merupakan tahap menyatukan semua *footage* dan *voice over*. Ada beberapa elemen yang harus dimasukkan kedalam proses *editing*, yaitu: a) Bumper, Pembuka video, berupa animasi logo Radio PRFM dengan latar berwarna merah dan animasi logo berwarna putih. b) Logo, Logo Radio PRFM sebagai identitas dan *watermark*, disimpan di kanan atas video. c) *Footage*, *Footage* berita berupa foto, video, maupun ilustrasi. d) Audio, Audio berupa *voice over* dan *backsound*. e) Penutup, Penutup video, berupa animasi logo Radio PRFM dengan latar berwarna hitam dan animasi logo berwarna putih.

Dalam proses *editing YouTube* Radio PRFM menggunakan aplikasi *editing* video *Adobe Premiere Pro*, dan untuk warna dominan di dalam konten berita *YouTube* Radio PRFM yaitu merah, putih, dan hitam. Pengambilan warna tersebut sebagai warna dominan dalam konten berita karena ketiga warna tersebut me-representasikan warna Radio PRFM.

“Jadi untuk proses *editing* kita menggunakan *Adobe Premiere Pro*, dan kita juga mempunyai dominan warna yaitu merah, putih, dan hitam, ya memang hampir menyerupai lah namun lebih dominan ke merahnya, karena warna tersebut PRFM banget lah kan logonya sendiri berwarna merah ya” (Wawancara Dedy Mulyana, 20 Juli 2022).



(Sumber Dokumentasi Peneliti)

Gambar 1 Proses Editing Menggunakan Adobe Premiere Pro

Setelah melakukan tahap *editing*, langkah selanjutnya yaitu membuat *thumbnail*. *Thumbnail* merupakan tampilan depan konten video yang akan ditayangkan di *YouTube*. Dalam proses pembuatan *thumbnail* harus menarik karena hal yang pertama dilihat oleh pengguna yaitu *thumbnail*.

“Setelah *editing*, baru kita buat *thumbnail*, *thumbnail* itu harus dibuat semenarik mungkin ya, karena kan *cover* dari video yang kita unggah di *YouTube*” (Wawancara Dedy Mulyana, 20 Juli 2022).

Ada beberapa point penting dalam peran editor berita dalam jurnalisme online, yaitu memeriksa keakuratan kalimat, taha bahasa, struktur pelaporan, merancang berita yang akan dipublikasikan, menyetujui berita yang dipublikasikan, dan mengatur deadline berita (Fitria, 30:2021)

Berdasarkan hasil uraian yang telah dipaparkan, ada ada beberapa tahapan dalam proses produksi konten berita *YouTube* Radio PRFM yaitu, pemilihan isu berita - mencari bahan berita yaitu berupa foto, video, atau ilustrasi yang didapatkan melalui media sosial dan website resmi pemerintah atau pengambilan *footage* melalui proses peliputan – membuat naskah berita untuk proses *take voice over* – melakukan *voice over* – tahap *editing* menggunakan Adobe Premiere Pro dengan menyatukan elemen gambar dan audio – membuat *thumbnail* untuk *cover* video menggunakan *Adobe Photoshop*.

Evaluasi Konten Berita YouTube Radio PRFM

Setiap media tentu akan melakukan evaluasi untuk memperbaiki hal yang terjadi selama proses pembuatan berita berlangsung. Tujuan dilakukannya evaluasi adalah untuk menilai tujuan yang telah direncanakan, evaluasi digunakan untuk melihat proses dan kinerja redaksi secara keseluruhan.

Nurkencana (1983) menyatakan bahwa evaluasi merupakan kegiatan yang dilakukan untuk menentukan suatu nilai dari berbagai hal. Dalam menyajikan berita tentu saja harus dilakukan evaluasi untuk mengetahui jenis berita apa saja yang lebih disukai oleh pengguna, begitupun dengan *YouTube* Radio PRFM. Dalam melakukan evaluasi *YouTube* Radio PRFM melakukan evaluasi dengan cara menyebarkan semua jenis dan *genre* berita kedalam *YouTube*. Hal ini bertujuan untuk melihat konten mana yang lebih disukai oleh pengguna.

“Kalau di *YouTube* memang awal-awal itu kita mencoba semua ya, kita mencoba dari berita berat seperti *hard news*, lalu kita coba juga berita *soft news*, kita juga coba buat berita *feature* contohnya mengenai kuliner, wisata kita coba semuanya, lalu kita juga coba buat berita-berita yang sedang viral, lalu berita olahraga. Nah dari semua yang udah di *upload* kita evaluasi mana nih yang sekiranya menarik dan cocok di PRFM” (Wawancara Dedy

Mulyana, 20 Juli 2022).

Menurut Fink (dalam Fitria 2021:46) mengatakan, evaluasi diperlukan untuk melihat hasil kerja dan berita yang disajikan apakah sudah mencukupi kebutuhan dan sesuai atau belum.

Setelah melakukan proses evaluasi dengan cara menayangkan semua jenis dan *genre* berita ke dalam *YouTube* Radio PRFM, ternyata pengguna *YouTube* Radio PRFM lebih menyukai konten berita yang ramai, berita Bandung Raya, dan berita Persib.

“Setelah kita ngelakuin evaluasi nih dengan cara nayangin semua jenis berita, ketahuan tuh ternyata penonton lebih suka sama konten yang berhubungan dengan Persib, berita viral, sama berita Bandung Raya. Tapi yang lebih disukai tuh emang konten persib, jadi setiap kita mengunggah hal yang berbau Persib pasti rame, rame nya disini dilihat dari jumlah *viewers* sama kolom komentar juga” (Wawancara Dedy Mulyana, 20 Juli 2022).

Setelah mengetahui konten berita yang disukai oleh pengguna *YouTube* Radio PRFM, *YouTube* Radio PRFM pun memfokuskan untuk menayangkan konten berita Bandung Raya, Persib, dan berita yang ramai.

“Setelah kita tahu apa aja konten yang disukai pengguna, kita jadi fokus untuk membuat jenis berita yang berhubungan dengan persib, berita Bandung Raya dan berita viral supaya *YouTube* PRFM terus ramai” (Wawancara Dedy Mulyana, 20 Juli 2022).

Evaluasi yang dilakukan oleh *YouTube* Radio PRFM adalah evaluasi mengenai konten berita. Radio PRFM melihat semua hasil konten berita yang ditayangkan di *YouTube*, guna untuk mengetahui konten mana yang ramai di tonton, setelah itu *YouTube* PRFM mendalami suatu isu yang ramai tersebut sebagai bahan pertimbangan pembuatan konten berita selanjutnya. Menurut Muhtadi (2016:114), ketertarikan individual dapat menjadi penghubung antara berita dengan minat pribadi (*self interest*).

Hal ini sejalan dengan penjelasan menurut Muhaemin (2012:123) yang menjelaskan tahapan evaluasi. Muhaemin menjelaskan tahapan kedua evaluasi pasca liputan, dimana dalam tahapan ini mengevaluasi tingkat keberhasilan, kemendalaman berita, akurasi data dan fakta, sampai dengan otoritas dan kredibilitas narasumber.

Lebih lanjut Muhaemin (2012:124) menjelaskan berita bukanlah menyajikan peristiwa yang ada. Tidak semua hal layak untuk diberitakan, hanya Sebagian kecil saja yang sesuai dengan syarat. Dari penjelasan tersebut, berita

dapat diartikan sebagai bahan pilihan yang berhak untuk disebarluaskan kepada masyarakat luas.

PENUTUP

Setelah melakukan penelitian dan mendeskripsikan hasil penelitian mengenai media sosial sebagai sarana penyebarluasan berita (Studi Deskriptif Mengenai Penggunaan *YouTube* dalam Menyebarkan Berita pada Radio PRFM), maka dapat diambil kesimpulan yang sesuai dengan tujuan penelitian sebagai berikut:

Dalam proses pemilihan isu, faktor penting dalam proses pemilihan isu yaitu faktor kedekatan secara wilayah. Radio PRFM lebih mengutamakan berita mengenai Bandung Raya karena lokasi nya strategis dengan Radio PRFM itu sendiri. Sama seperti Radio, *YouTube* Radio PRFM juga lebih mengutamakan isu mengenai Bandung Raya khususnya isu mengenai Persib. Ada dua cara dalam mencari isu yang dilakukan oleh *YouTube* Radio PRFM yaitu menggunakan media sosial dan peliputan secara langsung. Untuk cara mencari isu menggunakan media sosial, *YouTube* Radio PRFM melakukan verifikasi ulang dengan cara mencari bahan berita dari berbagai sumber di media sosial, hal ini untuk menghindari kesalahan informasi dan berita hoax. *YouTube* Radio PRFM memiliki isu yang dihindari untuk ditayangkan, yaitu isu yang jauh secara wilayah dan isu mengenai kekerasan.

Dalam proses penyajian berita, *YouTube* Radio PRFM sendiri mempunyai dua konten berita khusus yaitu konten berita video pendek dan konten liputan khusus. Pada konten berita video pendek umumnya berbentuk *straight news* dengan menginfokan berita secara singkat dan padat yang hanya menginfokan hal-hal terkait 5W+1H (*What, Who, When, Where, Why + How*) dengan menggunakan pola piramida terbalik yaitu dimana penempatan informasi paling penting disimpan di bagian awal, umumnya berdurasi dua menit, untuk pencarian *footage* nya menggunakan website PRFMNEWS.ID, media sosial dan website resmi pemerintah. Untuk konten berita liputan khusus yaitu *YouTube* Radio PRFM memberitakan suatu kejadian dengan cara terjun langsung ke lapangan, untuk bentuk beritanya umumnya berbentuk *depth news* dan *feature*. Untuk proses editingnya *YouTube* Radio PRFM menggunakan Adobe Premiere Pro dan Adobe Photoshop untuk mengolah *thumbnail*, lalu setelah konten berita diedit, konten berita tersebut dipublikasikan dengan memanfaatkan fitur yang tersedia di *YouTube* seperti pemberian deskripsi, *annotation*, dan *monetization*.

Dalam proses evaluasi, hal yang dilakukan oleh *YouTube* Radio PRFM yaitu dengan cara menayangkan semua jenis dan *genre* berita, hal ini bertujuan untuk mengetahui minat penonton lebih menyukai jenis konten berita seperti apa. Setelah mengetahui jenis konten berita yang disukai oleh penonton, *YouTube*

Radio PRFM menjadikan konten berita tersebut sebagai fokus utama dan ide untuk membuat konten berita selanjutnya. Penonton *YouTube* Radio PRFM sendiri lebih menyukai konten berita mengenai Bandung Raya khususnya berita Persib. Untuk kendala yang dirasakan dalam memproduksi berita ke *YouTube*, Radio PRFM mengalami kendala kurangnya sumber daya manusia dan kurangnya sarana dan prasarana mengenai alat-alat untuk liputan. Namun *YouTube* Radio PRFM mempunyai solusi yaitu dengan memanfaatkan sumber daya manusia yang ada dan meminta tolong dengan divisi lain dan untuk kurangnya alat-alat untuk liputan, *YouTube* Radio PRFM lebih memanfaatkan alat yang ada.

Setelah peneliti menyimpulkan masalah sesuai dengan fokus penelitian, maka peneliti memiliki saran, yaitu:

Masih banyak hal menarik lainnya yang dapat diteliti dari *YouTube* Radio PRFM itu sendiri. Untuk peneliti berikutnya, bisa membuat penelitian sejenis dan melakukan penelitian lebih dalam lagi mengenai penggunaan media sosial sebagai sarana penyebarluasan berita. Dalam membuat penelitian yang sejenis disarankan untuk mengambil angle, objek, dan subjek yang berbeda supaya hasil penelitian yang didapat akan terus bertambah dan bervariasi.

DAFTAR PUSTAKA

- Afiah, N., Ilham, M., & Muttaqin, A. (2020). Efektivitas YouTube Sebagai Media Penyebarluasan Informasi Dan Berita (Studi Pada Makassar. Tv). *RESPON Jurnal Ilmiah Mahasiswa Ilmu Komunikasi*, 1(4).
- Basuki, F. A. (2018). *Pemanfaatan Media Digital Untuk Listener Engagement Oleh Media Konvensional: Studi Kasus Media Sosial Youtube Oleh Radio Prambors*, Jurusan Ilmu Komunikasi, Universitas Multimedia Nusantara, Banten.
- Cresswell, J. W. (2008). *Educational Research (Planning, Conducting, and Evaluating Quantitative and Qualitative Research)*. USA: Pearson
- Fitria, A. (2021). *Peran Editor dalam Proses Penyuntingan Berita di Farenting.com* (Doctoral dissertation, Universitas Muhammadiyah Malang).
- Garmabrata, G., Dimiyati, I., & Yusanto, Y. (2014). *Realitas KOMPAS TV Dalam Menggunakan Youtube Sebagai Sarana Menyebarluaskan Berita*, Jurusan Ilmu Komunikasi, Universitas Sultan Ageng Tirtayasa, Banten
- Helianthusonfro, J. (2016). *YouTube Marketing*. Jakarta: PT. Gramedia
- Hikmat, M. M. (2018). *Jurnalistik: Literary Journalism*. Jakarta: Prenadia Group
- Rosyidi, I. (2015). Pentingnya Human Relations dalam Kegiatan Kehumasan. *Ilmu Dakwah: Academic Journal for Homiletic Studies*, 4(13), 571-594.

- Kindarto, A. (2008). *Belajar Sendiri YouTube, Menjadi Mahir Tanpa Guru*, Jakarta: PT. Elex Media Komputindo
- Muhaemin, E., Darsono, D. (2012). *Secangkir Peristiwa di Mata Wartawan Penulis*. Bandung: Mimbar Pustaka
- Muhtadi, A. S. (2008). *Komunikasi Politik Indonesia*. Bandung: PT Remaja Rosdakarya
- Muttaqin, Z. (2018). *Strategi penyiaran Radio PRFM 107, 5 FM dalam menyampaikan berita di Kota Bandung*, Jurusan Ilmu Komunikasi Jurnalistik, UIN Sunan Gunung Djati, Bandung.
- Nasrullah, R. (2016). *Media Sosial: Perspektif Komunikasi, Budaya, dan Sosioteknologi*. Bandung: Simbiosis Rekatama Media
- PRFM News. *Tentang PRFMnews.id*. Diakses 27 Desember 2021 dari <https://prfmnews.pikiran-rakyat.com/about-us>
- Rakhmat, J. (2005). *Metode Penelitian Komunikasi : Dilengkapi Contoh Analisis Statistik*. Bandung: Remaja Rosdakarya
- Romli, M., & Syamsul, A. (2012). *Jurnalistik Online: Jurnalistik Masa Depan*. Bandung: Nuansa Cendekia Rosdakarya.
- Oramahi, H. A. A. (2012). *Jurnalistik Radio: Kiat Menulis berita Radio*. Jakarta: Erlangga.
- Solomon, M. R. (2011). *Consumer Behavior: buying having, and being 9th Ed*. New Jersey: Pearson
- Suara.com. (2021). *YouTube Rajai Media Sosial di Indonesia*. Diakses 27 Desember 2021 di <https://www.suara.com/tekno/2021/02/15/153000/YouTube-rajai-media-sosial-di-indonesia>
- Sumadiria, H. (2005). *Jurnalistik Indonesia, Menulis Berita dan Feature, Panduan Praktis Jurnalis Profesional*. Bandung: Remaja Rosdakarya
- Tebba, S. (2005). *Jurnalistik Baru*. Jakarta: Kalam Indonesia
- Willing, S. B. (2010). *Jurnalistik: petunjuk teknis menulis berita*. Jakarta: Erlangga.
- Zaenuddin, H. M. (2011). *The journalist*. Bandung: Simbiosis Rekatama Media.

