

BAB II

TINJAUAN PUSTAKA

A. Tinjauan Teoritis

1. Tinjauan *New Media*

Definisi *New Media* menurut Chun yakni, *New Media* adalah penyederhanaan istilah (simplifikasi) terhadap bentuk media di luar media massa konvensional televisi, radio, majalah, Koran dan film. Sifat *New Media* adalah cair (*Fluid*), konektivitas individual, dan menjadi sarana untuk membagi peran kontrol dan kebebasan¹. Dalam perspektif studi media komunikasi massa media online menjadi objek kajian teori “media baru” yang mengacu pada permintaan akses ke konten (isi/Informasi) kapan saja, dimana saja, pada setiap perangkat digital serta umpan balik pengguna interaktif, partisipasi kreatif, dan pembentukan komunitas sekitar konten media sebagai aspek generasi “*Real-Time*”.

New Media merujuk pada perkembangan teknologi digital namun *new media* tidak serta merta media digital. Video, teks, gambar, grafik yang dibutuhkan menjadi data digital berbentuk *byte* dalam *New Media*. Dalam hal ini media online sebagai produk jurnalistik online atau *cyber journalisme* dengan didefinisikan sebagai pelaporan fakta atau peristiwa yang di produksi dan ditrisbusikan melalui internet².

Richard Hunter (2002) dengan *world without secrets* bahwa kehadiran media baru (*new media/ cybermedia*) menjadikan informasi sesuatu yang mudah dicari dan terbuka. Dalam media penyiaran *broadcast* dimana media merupakan pusat dari produksi pesan, dalam stasiun televisi, dan pesan itu disebarakan serta bisa dinikmati oleh siapa saja asal memiliki pesawat televisi atau sampai pada bagaimana

¹ Asep Syamsul M. Romli, *Jurnalistik Online*. (Bandung: Nuansa Cendekia, 2018) hal. 35

² Setiawan Santana K. *Jurnalisme Kontemporer*. (Jakarta: Yayasan Obor Indonesia, 2005) hal. 135

khalayak mengakses media lama atau baru³. Dalam proses distribusi pesan media juga mampu menciptakan makna dan budaya dimana media tidak akan membawa konten semata, tetapi juga membawa konteks didalamnya.

Menurut Van Dijk (2013) media sosial adalah *Platform* media memfokuskan pada eksistensi pengguna yang memfasilitasi mereka beraktivitas maupun berkolaborasi. Karena itu media sosial dapat dilihat sebagai medium (*fasilitator*) *online* yang menguatkan hubungan antarpengguna sekaligus sebagai sebuah ikatan sosial. Media sosial menjadikan sebuah medium di internet yang memungkinkan pengguna mempresentasikan dirinya maupun berintegrasi, bekerja sama, berkamuikasi dengan pengguna lain dengan virtual.

2. Karakteristik Jurnalistik Online

Kreativitas dan inovasi yang ditopang dengan disiplin *team work* akan menghasilkan karya yang luar biasa. Sejak berdirinya NET TV 4 tahun lalu sudah dapat di kases di media *platform* digital melalui TV *Free-to-air* sekaligus lembaga *platform* digital seperti *live streaming*, *video on demand* kolaborasi dengan youtube dan media sosial. Konten yang berkualitas harus dapat diakses kapanpun dan dimanapun sehingga *platform* digital adalah sebuah keharusan yang menciptakan *engagement* konten dengan penontonnya dengan hal ini dapat dilihat berapa besar amino dari *real-people* penonton yang sebenarnya NET saat ini telah memiliki sedikitnya empat aplikasi Platform Digital, yaitu **NET. Citizen Journalist**, **NET. Z**, **Zulu** dan **NET. Connect**⁴.

Jurnalistik online yang bekerja mempertimbangkan format multimedia untuk menyusun isi liputan yang memungkinkan terjadinya interaksi antara jurnalist dan audiens dengan menghubungkan beberapa

³ Rulli Nasrullah, *Media Sosial*. (Bandung: Simbiosis Rekatama Media, 2018) hal, 4

⁴ Rusman Latief, Yusiati Utud, *Kreatif Siaran Televisi*. (Jakarta: Kencana Prenamedia Group, 2017). Hal 4

elemen berita dalam pemilihan konten berita. Kebenaran factual terletak pada praktik jurnalistik karena hanya wartawan yang tahu dan memutuskan informasi macam mana yang dibutuhkan oleh khalayak⁵.

Rey G. Rosales dalam *The Elements of Online Journalism* (iUniverse, 2006) dengan elemen yang mencangkup.

1. *Headline*: Judul berita yang ketika diklik akan membuka tulisan secara lengkap dengan halaman tersendiri.
2. *Text*: tubuh tulisan dalam satu halaman utuh atau terpisah kedalam beberapa tautan (*link*)
3. *Ghraphic*: Garis-biasanya berupa logo, gambar, atau ilustrasi yang terkait dalam berita.
4. *Related Link*: Tulisan yang terkait yang menambah informasi dan pembahasan wawasan bagi pembaca, biasanya di akhiri dengan tulisan di sampingnya.
5. *Audio*: Suara, music atau rekaman yang di gabung sendiri dalam slide show atau video.
6. *Slide shows*: koleksi foto yang mirip galeri yang disertai keterangan foto atau *sound,voice*.
7. *Animation*: animasi atau gambar bergerak yang diproduksi untuk menambah dampak cerita.
8. *Interaktive Features*: grafis yang didesain untuk interkasi dengan pengguna (*user*), misalnya termasuk peta lokasi (*map, google map*).
9. *Interaktive Games*: biasanya didesain seperti mini-video games yang bisa dimainkan oleh user (*play the news*).

Habermas menerangkan pada prinsip universal tentang penggunaan bahasa tentang tidak komunikatif yang didasarkan pada *speech acts theory* yang pertama pembicara yang diasumsikan memiliki kompetensi untuk menggunakan kalimat dalam suatu tindakan. Kedua kompetensi yang didasarkan pada *invitide rule consciousness* aturan yang diketahui

⁵ Asep Syamsul M. Romli, *Jurnalistik Online*. (Bandung: Nuansa Cendekia, 2018) hal. 20

tanpa memandang bahasa atau budaya. Ketiga tujuan universal pragmatics adalah menemukan system universal⁶.

3. Manajemen Konten Berita

Sajian informasi online sama dengan berita cetak dan berita yang lainnya kemasan dalam pemberitaan tidak hanya cukup dengan audio, video visual audio animasi dan link terkait (*related posts*), bahkan *interactive game* serta kolom komentar untuk memberikan ruang bagi pembaca menyampaikan opininya. Isi media online dibagi dua bagian halaman “*page*” dan kategori “*category*”⁷. Yang biasanya *page* berisi informasi statis sedangkan kategori adalah kelompok tulisan atau tema. pada hakikatnya sama dengan pengertian berita secara umum, namun secara garis besar, berita dapat digolongkan dengan dua jenis, yaitu *Hardnews* dan *Softnews* dalam bentuk visual⁸.

a. Hard News

Hardnews adalah jenis berita langsung yang memiliki sifat *timely* terikat waktu. Berita jenis ini sangat tergantung pada aktualitas waktu (*time concern*) agar diketahui oleh pemirsa, *hardnews* dibagi dalam 3 kelompok⁹.

1. *Straight News* atau *Straight Newscast*

Berita singkat dengan hanya menyajikan sebuah informasi terpenting yang terjadi di masyarakat dengan penulisan 5W+1H dengan pertimbangan untuk menentukan suatu peristiwa memiliki nilai berita (News value) diantara *timeliness* (aktualitas) *proximity* (kedekatan) *prominence* (keterkenalan), *conflict* (konflik), *disaster* (bencana) dan *crime* (criminal).

⁶ Deddy Mulyana, *Media dan Perubahan sosial*. (Bandung: PT Remaja Rosdakarya). Hal 51

⁷ Asep Syamsul M. Romli, *Jurnalistik Online*. (Bandung: Nuansa Cendekia, 2018) hal. 39

⁸ As Haris Sumadiri, *Jurnalistik Indonesia Menulis berita dan Feature panduan praktis jurnalistik profesional*. (Bandung: Simbiosis Rekatama Media. 2011) hal 45

⁹ Rusman Latief, Yusiatie Utud, *Siaran Televisi Non Drama* (Jakarta: PT Khrisma Putra Utama, 2017). Hal 33

2. *On The Spot Reporting*

Laporan pandangan mata dari tempat kejadian yang disiarkan stasiun televisi dimana reporter dilokasi kejadian dimana reporter berbicara dengan mengarahkan diri menghadap kamera dalam siaran langsung arau sebagai salah satu bagian dalam siaran langsung asatu sebagai salah satu paket berita dengan kata lain *piece to camera*.

3. *Interview On Air*

Wawancara dengan melihat langsung narasumber yang di wawancarai atau hanya dengan mendengarkan suara *interview on air* dibagi menjadi dua jenis pertama *informational interview* yaitu wawancara yang bersifat informative antara interview reporter TV dengan seorang mengenai ide, pendapat, pandangan atau informasi. Kedua *personal interview* yaitu Tanya jawab mengenai pribadi itu sendiri salah satunya wawancara dengan orang yang tenar.

b. *Softnews*

Softnews adalah berita yang tidak langsung yang tidak memiliki sifat *timeless* atau tidak terikat waktu. Berita jenis ini tdak terika waktu sehinggadapat di baca dan diulang ulang setiap waktu aktualitas, antara lain penemuan ilmiah, kesuksesan dan kisah tangis, hal ini selalu di perbincangkan baik pro atau kontra dalam sepanjang sejarah soft news di bagi dalam 6 kelompok¹⁰.

1. *Current Affair*

Fotmat penyajian informasi yang terkait dengan berita penting yang muncul sebelumnya lalu dibuat lagi secara lebih mendalam dengan format *straight news* dengan prinsip 5W+1H.

¹⁰ Rusman Latief, Yusiatie Utud, *Siaran Televisi Non Drama* (Jakarta: PT Khrisma Putra Utama, 2017). Hal 38

2. *Magazine*

Adalah majalah udara yang isi materinya bersifat heterogen terjadi dari berbagai fakta dan pendapat yang dirangkai menjadi satu program bersifat *timeliness* dan tidak menutup kemungkinan materi bersifat human interest.

3. *Infotainment*

Adalah program penyajian informasi yang menyajikan sebuah informasi kehidupan orang-orang terkenal (*celebrities*) yang bekerja pada industri hiburan.

4. *Feature*

Berita ringan namun menarik tidak terkait dengan waktu (*timeless*) mengandung *human interest* atau hal-hal yang dianggap menarik bermanfaat diketahui masyarakat luas.

5. *Dokumenter*

Program yang menyajikan cerita nyata dilakukan pada lokasi sesungguhnya didukung narasi. Fred Wibowo menjelaskan program yang menyajikan sebuah kenyataan berdasarkan fakta objektifitas yang dimiliki nilai esensial dan eksistensial.

6. *Sport*

Sport atau berita olahraga digolongkan dalam jenis berita karena sport fakta kejadian tanpa rekayasa. Naratama menjelaskan berita olahraga adalah suatu format acara televisi yang diproduksi berdasarkan informasi dan fakta atas kejadian dan peristiwa yang berlangsung pada kehidupan masyarakat sehari-hari.

c. **Kriteria layak berita (*Newsworthiness*)**

Dengan banyaknya kehidupan sosial menjadikan akan peran sebuah media pemberitaan membutuhkan kriteria yang didalamnya terdapat unsur 5W+1H.

1. *Timeliness dan immediacy*

Peristiwa yang memiliki kelayakan berita yakni peristiwa yang segar beberapa jam yang lalu atau beberapa detik yang lalu.

a) *Proximity*

Peristiwa yang layak dijadikan berita bias juga dilihat dari unsur kedekatan (geografis, emosional), dengan pembaca relevansi kepada pembaca.

b) *Conflict*

Konflik yang baik adalah dalam bentuk (perseteruan antar kelompok) dan nonfisik (perbedaan pendapat) umum akan meraih perhatian khalayak.

c) *Eminence and prominence*

Menyangkut peristiwa orang terkenal hal ini dikarenakan bobot berita orang terkenal banyak ingin diketahui dimana *Consequence and impact* Memiliki konsekuensi pada kehidupan khalayak serta dapat menimbulkan rangkaian peristiwa tertentu akan semakin layak untuk mendapat perhatian khalayak.

1) *Human Interest*

Peristiwa yang menarik perhatian dan menyentuh banyak khalayak.

d) *Penyajian Berita*

Format penyajian berita yakni cara bagaimana suatu berita ditampilkan atau disajikan. Suatu berita dapat disajikan dalam berbagai bentuk yakni Reader (*RDR*), Voice Over (*VO*), Sound Of Tape (*SOT*), Package (*PKG*), Laporan langsung (*Live Event*), breaking News dan Laporan Khusus¹¹.

1) *Reader (RDR)*

Format berita singkat yang disampaikan presenter tanpa di dukung gambar (video) format ini biasanya digunakan untuk melaporkan peristiwa penting dan

¹¹ Ibit. Hal 29-37.

mendadak yang belum ada videonya, dengan durasi waktu 30 detik.

2) Voice Over (VO)

Akan Format berita dengan video yang keseluruhan narasinya mulai dari hingga terakhir dibacakan penyiar berita. Durasi vo 50-60 detik.

3) Sound Of Tape (SOT)

Terdiri dari lead-in dan SOT narasumber, dalam lead ini presenter menjelaskan narasumber dan informasi singkat SOT namun tidak boleh semua persis (*probing*) dengan SOT-nya. produser berhak menolak informasi yang tidak sesuai faktanya. *Back-to-back* maksimal 60detik.

4) Voice Over –SOT (VO-SOT)

Hal ini dikarenakan pertanyaan narasumber yang begitu penting dan perlu diketahui pemirsa secara utuh untuk menambahkan kedalaman dan aktualitas berita. Maksimal VO-SOT 90detik

5) Package (PKG)

Bersifat komprehensif dengan intro dibacakan oleh penyiar berita sedangkan naskah paket dinarasikan sendiri oleh reporter atau pengisi suara berita. Dengan durasi paket maksimal 2menit. 30 detik.

6) Laporan langsung (Live event)

Siaran langsung mengenai suatu peristiwa yang sudah terjadwal seperti siding MPR/DPR

7) Breaking news

Merupakan berita yang sangat peting dan harus segera disiarkan bila memungkinkan bersama dengan berlangsungnya peristiwa tersebut.

d. Foto jurnalistik Online

Foto Jurnalistik tidak lepas akan peran media cetak dan digital hal ini menjadikan salah satu bentuk kecepatan digitalisasi khususnya peran *New media* dalam menyampaikan informasi berdarang digital hal ini menjadikan sebuah elemen foto jurnalistik online dengan post positive respon dalam kehidupan masyarakat melenial khususnya pada pemberitaan digital online.

Headline foto jurnalistik adalah berita yang sangat menarik, memikat dan menimbulkan rangsangan pembaca dan untuk membacanya sampai habis, foto jurnalistik adalah foto yang bernilai berita atau foto yang menarik bagi pembaca tertentu dan informasi tersebut disampaikan kepada masyarakat sesingkat mungkin (Wijaya 2011:10) hal ini menjadikan sebuah foto jurnalistik merupakan laporan yang menggunakan kamera untuk menghasilkan sebuah visual¹².

Karakteristik foto jurnalistik dapat terlihat dari nilai berita yang ditampilkan di media massa terdapat karakteristik sebuah foto jurnalistik (Frank P. Hoy 2004: 5) terdapat 8 karakteristik :

1. Foto jurnalistik adalah komunikasi melalui foto (*communication photo graphy*), komunikasi yang dilakukan akan mengepresikan pandangan jurnalis foto terhadap suatu objek, tetapi pesan yang disampaikan bukan merupakan ekspresi pribadi.
2. Medium foto jurnalistik adalah media cetak Koran atau majalah dan media kabel atau satelit juga internet seperti kantor berita (*wire service*).
3. Kegiatan foto jurnalistik adalah kegiatan melaporkan berita.
4. Foto jurnalistik adalah perpaduan dari foto dan teks foto.
5. Foto jurnalistik mengacu pada manusia, manusia adalah subjek sekaligus pembaca foto jurnalistik.

¹² Rita Gani, Ratri Rizki Kusumalestari, *Jurnalistik Foto*, (Bandung: Simbiosis Rekatama Media, 2013). Hal 47

6. Foto jurnalistik adalah komunikasi dengan orang banyak (*mass audiences*) karena itu, pesan yang disampaikan harus singkat dan harus segera diterima orang yang beraneka ragam.
7. Foto jurnalistik merupakan hasil kerja editor foto.
8. Tujuan foto jurnalistik adalah memenuhi kebutuhan mutlak penyampaian informasi kepada sesama, sesuai amandemen kebebasan berbicara dan kebebasan pers.

Berita adalah sebuah laporan mengenai peristiwa yang terjadi kini, dengan lain perkataan laporan mengenai peristiwa yang baru terjadi dan dilaporkan harus benar *pictorial journalism* harus memiliki unsur 5W+1H hal ini guna menangkap setiap detail peristiwa yang telah terjadi dan tidak bisa berbohong sehingga dapat menyampaikan perkembangan dengan cepat (Effendi, 1993:92)¹³.

4. Media Sharing Youtube

Situs YouTube sebagai media (*media sharing*) merupakan jenis media sosial yang memfasilitasi penggunaannya untuk berbagi media mulai dari dokumen (*file*) video, gambar. Data *We Are Social* mempublikasikan hasil penelitian terhadap perilaku akses terhadap internet hingga akun media sosial dari seluruh dunia pertama *digital around the world in 2019* dengan total populasi pengguna mobile 7.676 *billion urbanization* 56%, *unique mobile users* 5.112 *billion penetration* 67%, *internet users* 4.388 *billion penetration* 57%, *active social media users* 3.484 *billion penetration* 45%, *mobile social media users* 3.256 *billlion penetration* 42%. *Annual digital growth* dengan total population (+1.1%, +84 million), *unique mobile users* (+2.0%, +100million), *internet usesrs* (+9.1%, +367 million), *active social media users* (+9.0%, +288 million), *mobile sosial media users* (+10%, +297 milllion)¹⁴.

¹³ Ibid. hal. 92

¹⁴ Simon Kemp, *Global Internet USE Accelerates*. (New York: we are social, 2019) akses pada 23/03/2019 jam 3.10

Dari data *world's most visited websites (similarweb)* pengguna YouTube dalam konten video 21M365 *time per visit* dengan *time/day pages/visit* 08M475/ 5.02 dengan *content streaming activities* , *watch videos online* 92%, *stream TV content via the internet* 58%, dari data tersebut pengguna youtube selalu memingkat pada setiap tahunnya. Secara umum juga menyediakan konten video secara gratis yang yang didalamnya terdapat video yang berisi konten klip, televisi, film dalam bentuk berbagai versi. Youtube didirikan oleh mantan karteaen paypal: Chad Hurley, Steve Chen dan Jawed Karim di tahun 2005 youtube memiliki pasar terbesar 43% dalam hal ini youtube tidak mengenal sistem kasta semua bias menggunakan dan bebas menggunakan.

Sebagai salah satu tren di jaman sekarang munculah berbagai fenomena yang kini dibicarakan oleh masyarakat dari berbagai kalangan dari prioritas politikus, artis, hingga masyarakat sipil. Salah satu youtube mendapat perhatian luas dari pengguna saat ini adalah yang berkaitan dengan portal berita dari berbagai program news di stasiun televisi. Banyak sekali stasiun televisi yang berloba-lomba mengunggah video berita yang telah disiarkan sebelumnya dimana para pengguna youtube dapat melihat kembali hasil tayangan berita yang telah ditayangkan untuk *review* kembali¹⁵.

Keunggulan dalam penggunaan youtube.

1. Fitur-fitur yang dapat digunakan untuk mendownload, sharing, hingga merespon video.
2. Jenis informasi youtube yang dapat diakses melalui dari sosial politik pendidikan hingga hiburan.
3. Tampilan youtube dalam berbagai website YouTube cukup menarik dengan menampilkan video-video yang sedang dilihat saat ini.

¹⁵ Jerferly Helianthusonfro, *Youtube Marketing*, (Jakarta: PT. Gramedia, 2016).hal.5

New Media berperan memberikan informasi secara berkala di channel youtube dengan trending topik hard dan soft news sebagai salah satu endorser pemberitaan di media sosial baik *repacking* pemberitaan judul konten berita hingga share dengan bantuan perangkat lunak¹⁶.

a. User Generated Content (Konten Oleh Pengguna)

UGC merupakan relasi simbiosis dalam budaya media baru yang memberikan kesempatan dan keluasan pengguna untuk berpartisipasi (Lister et al, 2003:221 sebagai penanda dalam media sosial khalayak tidak hanya memproduksi konten melainkan juga mengonsumsi konten dari pengguna lain. salah satunya NET TV Jawa Timur dalam melakukan *repacking* tayangan berita dalam setiap hari tidak lebih dari 22 tayangan berita local yang ada di NET TV Jawa Timur didalam konten youtube sesuai dengan kanal yang telah disiapkan dalam pengunggahan sebuah video kanal dalam hal ini sebagai salah satu bentuk produksi TV secara micro¹⁷.

B. Penelitian Terdahulu dan Sekarang

Dalam sebuah penelitian tidak akan lepas dimana sebuah penelitian memiliki perbedaan satu dengan yang lainnya seperti hanya yang dilakukan oleh beberapa stasiun televisi dimana proses *repacking* pemberitaan ditrisbusikan dalam media sosial yakni YouTube dan juga media yang lainnya maka dari itu peneliti menemukan beberapa hal dalam penelitian ini adalah sebagai berikut.

¹⁶ Jubilee Enterprise, *Kitab Youtube*, (Jakarta: PT. Gramedia 2018) hal. 25

¹⁷ Rulli Nasrullah, *Media Sosial*. (Bandung: Simbiosis Rekatama Media, 2018) hal, 33

Nama Peneliti	Galuh Garmabrata	Nila Nuraini
Judul Penelitian	Realitas Kompas Tv Dalam Menggunakan Youtube Sebagai Sarana Menyebarkan Berita	Penggunaan Youtube Sebagai Penyebarluasan Berita Net Tv Jawa Timur Di Media Sharing Online
Tahun Penelitian	2014	2019
Metode Penelitian	Pendekatan Kualitatif bersifat deskriptif yang menjelaskan Fenomena New Media yang dalam proeck Digital KOMPAS TV. Metode riset yang dilakukan yaitu studi kasus. Sedangkan uji keabsahan data, dilakukan melalui tenik triangulasi sumber, yaitu dengan membandingkan jawaban/ Penjalas dari tiap-tiap informan.	Pendekatan Kualitatif bersifat deskriptif yang menjelaskan proses Repacking yang dilakukan New Media dalam pendistribusian berita, teknik proses, hambatan dan strategi mengatasi hambatan. Sedangkan uji keabsahan data, dilakukan melalui teknik triangulasi yang mana peneliti memfokuskan pada proses repacking.
Kesimpulan	Dalam sebuah pemberitaan digital tidak akan pernah lepas dengan proses serta dampak atau fenomene dalam mempengaruhi sebuah perkembangan pemberitaan digital.	

(Tabel: 1.1 Penelitian terdahulu dan sekarang)

1. Kerangka Konsep



(Gambar 1.1 Kerangka Peta Konsep)

Penelitian ini terfokuskan pada proses Repacking tayangan berita ,media massa akan berkontribusi hasil tayangan berita melalui media sharing online, tidak lepas dari masyarakat modern yang mobile memerlukan kemudahan akses informasi yang biasa dilakukan diman saja dan kapan saja salah satunya penggunaan media sosial youtube. Pada New Media NET TV Jawa Timur memasui MEDIA industri dinamis dan INNOVATIONSare konstan¹⁸.

Perubahan yang lebih besar dan terjadi lebih cepat dari pada saat lainnya dalam sejarah industri media. Kemajuan teknologi di seluruh semua bentuk media yang membawa tentang revolusi.Perbaikan besar dalam gathering, produksi dan pengiriman konten yang terjadi hampir setiap hari, dan tradisional media sistem sedang berusaha untuk menjaga dengan perubahan yang cepat dan perbaikan yang nyata yang membawa teknologi media baru¹⁹.

Umumnya dianggap sebagai kemajuan teknologi, "media baru" di *fluencing* setiap aspek dunia media tradisional.²⁰ Tapi yang mempengaruhi selalu positif. Teknologi baru dan media tradisional selalu punya sebuah aliansi agak gelisah. Kadang-kadang aliansi ini telah menciptakan *challenges*. tantangan datang dalam berbagai bentuk.

Sebagai contoh, sementara akuisisi konten dan distribusi mungkin lebih mudah hari ini, banyak media online sedang berjuang dengan beban keuangan yang "akan digital" memerlukan. Beberapa organisasi media antusias merangkul teknologi baru sementara yang lain tidak percaya beban keuangan bernilai risiko. Beberapa organisasi konten untuk mengizinkan orang lain untuk api jejak dan duduk di pinggir lapangan untuk melihat apakah merangkul teknologi baru benar-benar layak risiko. Ini adalah hubungan yang lemah yang mantan-isted di media sepanjang sejarah.

¹⁸ Asdani , Kusdarto. *Belajar Sendiri YouTube*,(Jakarta: PT Elex Media Kopindo,2008) hal 22

¹⁹ Idi Subandy, *Ecstasy Gaya Hidup*,(Bandung: Mizan.1997) hal. 23

²⁰ John Allen Hendricks, *Twenty-rirst-century Media Industri*, (United Kingdom: Lexington Books, 2010) .hal. 3

Dibalik penggunaan media sosial sebagai daring berita digital sangat diperlukan konsistensi dalam penayaga sebuah program yang mana program tersebut beredukasi dan memberikan dampak tidak lepas dalam akusisi kepemilikan sebuah media menjadikan peran penting dalam peran pengolahan data sebelum data tersebut ditayangkan di media sosial menjadikan layak pada segmentasi penonton, hal tersebut memberikan salah satu bentuk digitalisasi di era massa kini.

Hal tersebut menjadi salah satu cirikhas dalam sebuah media dalam berkolaborasi dalam pemberitaan massa kini khususnya dalam media sharing online dimana dalam sebuah pemberitan online akan membingkai sebuah isi dimana isi tersebut telah di olah datanya melalui produksi yang menjadikan sebuah peran media yang sangat untuh dalam membentuk peran media sosial khususnya YouTube NET TV Jawa Timur yang mana menjadikan peran utama sebagai salah satu platfoam yang bergerak menyiarkan pemberitaan digital sehingga tidak dapat dipungiri dalam sebuah pemberitaanya memiliki segmentasi dalam proses produksi data yang akan ditayangkan khususnya pemberitaan yang bersifat *hardnews* dan *softnews*.

Edwin T. Vane dan Lynne S. Cross setiap program yang ditayangkan stasiun televise memiliki dua bentuk yaitu dominasi format (*format-dominant*) dan dominasi bintang (*star-dominant*). Dominasi format adalah jalan cerita yang menjadi kekuatan, dengan rekayasa teknologi dan pengkarakteran pada pemainnya. Dominasi bintang, Vane Gross mengungkapkan the start is the key ingredient: a format is designed around the skills of the lead performer (pemainnya adalah unsure kunci: format program dirancang berdasarkan keahlian pemain utamanya). Suatu program yang ditayangkan dengan menonjolkan bintang utamanya. Hal ini menjadikan salah satu cirikhas dalam setiap tayangan televisi yang mana bertahan dengan khasnya di setiap tayangan²¹.

²¹ Rusman Latief, *Siaran Televisi Non-Drama*, (Jakarta, PT Kharisma Putra Utama, 2015) Hal. 57

C. Paradigma Penelitian

Semakin berkembangnya sebuah media tidak akan lepas dari pembaharuan sebuah informasi yang berdarang digital salah satunya NET TV Jawa Timur merupakan salah satu stasiun Tv swasta massa kini yang selalu mengembangkan peran digitalisasi dalam pemberitaannya salah satunya penggunaan Youtube guna melakukan *Repackaging* yang bertujuan untuk mengkontribusikan hasil tayangan ke media sosial baik Youtube, Instagram dan lain sebagainya hal ini mempermudah dalam penyampaian berita di era sekarang digital berperan aktif dalam mengkontribusikan sebuah berita²².

NET TV Jawa Timur sangat berbeda dalam mengkontribusikan hasil tayangan berita yakni penggunaan Thumbnail atau gambar awal sebelum di mulainya pemberitaan di media sosial tidak semua stasiun Televisi di Indonesia menggunakan *Thumbnail* guna mempermudah khalayak untuk mengetahui isi berita, *repacking* ini menjadi salah satu tugas *New Media* berperan aktif sebagai *customer*.

Peran aktif *New Media* dalam mengiring opini dalam pemberitaan digital baik dalam bentuk visual dan audio visual hal ini menjadikan peran *newmedia* televisi berkembang sangat pesat guna penyampaian sebuah informasi kepada khalayak melalui *viewer* dalam setiap kali mengunggah sebuah pemberitaan peninjauan ini sebagai bentuk fenomena keretarikan khalayak dalam perkembangan sebuah digitalisasi media²³.

D. Pertanyaan Penelitian

Dalam penelitian ini peneliti akan lebih memfokuskan pada proses *repacking* New Media NET TV Jawa Timur yang mana akan menjabarkan proses serta hambatan yang akan dialami serta cara mengatasi hambatan tersebut tidak dapat dipungkiri dalam sebuah proses yang terdapat sesuai dengan dimana blocking dalam penayangan sebuah berita menjadikan

²² Husaini, Usman, *Metodologi Penelitian Sosial*. (Jakarta: Bumi Aksara, 2008) hal 23

²³ Roger, Fidler. *Metamorfosis Memahami Media Baru*, (Yogyakarta: Banteng Budaya, 2003) hal. 45

sebuah peran utama sehingga sangat dimungkinkan dimana program yang akan ditayangkan berjalan sesuai prosedur yang telah ditetapkan.

Pertanyaan peneliti yang melingkupi proses repacking yang mana meliputi proses yang mana dalam proses sebuah produksi memiliki bentuk segmentasi serta proses yang akan dilakukan dalam penelitian ini menjadikan produksi tayangan digital sehingga menjadikan standar kerja dalam televisi Standar Operasional Procedure (SOP) yang mana sebagai acuan utama tahapan proses produksi. Mengingat produksi program televisi merupakan pekerjaan rampilan atau keahlian yang berbeda satu sama lain dalam produksi pemberitaan yang bersifat hardnews yang materinya bersifat update, actual, factual karena membutuhkan kecepatan dalam pemberitaan.

Menurut Alan Wurtzel dalam SOP produksi televisi, dengan perkembangan kemampuan SDM para pekerja dalam produksi nondrama dikerjakan berulang kali dengan konsep dan crew yang sama. Rincian *dry rehearsal dress rehearsal*, dan *blocking camera* dapat dilakukan bersama atau hanya dilakukan sekali *rehearsal* pada setiap persiapan *shooting*²⁴.

Sehingga dalam proses produksi menjadikan peran utama dalam pemilihan data yang mana data tersebut menjadikan SOP dalam penelitian khususnya pada proses repacking new media NET TV Jawa Timur yang mengarah pada program digital khususnya menjadikan salah satu hal utama yang menjadikan acuan dalam penelitian ini.

²⁴ Rusman Latief, *Siaran Televisi Non-Drama*, (Jakarta, PT Kharisma Putra Utama, 2015) Hal. 147

