

**STRATEGI RADIO SUARA SURABAYA DALAM MEMVERIFIKASI
KELAYAKAN BERITA *CITIZEN JOURNALISM***

SKRIPSI

Diajukan Untuk Memenuhi Syarat Memenuhi Salah
Satu Syarat Dalam Memperoleh Gelar Sarjana Ilmu Sosial Dan Ilmu Politik



Disusun Oleh :

REVILIA TIARA PUTRI

NIM : 1513211131

**KONSENTRASI JURNALISTIK
PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN POLITIK
UNIVERSITAS BHAYANGKARA SURABAYA
TAHUN 2018/2019**

HALAMAN PERSETUJUAN

FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK
UNIVERSITAS BHAYANGKARA
SURABAYA

Tanda Persetujuan Proposal Skripsi/Skripsi

Nama Lengkap : Revilia Tiara Putri
NIM : 1513211131
Jurusan / Prodi : Jurnalistik / Ilmu Komunikasi
Judul Skripsi : Strategi Radio Suara Surabaya dalam Memverifikasi
Kelayakan Berita *Citizen Journalism*

Menyetujui

Surabaya, 1 Juli 2019

Dosen Pembimbing I



Dra. Rini Ganefwati. M.Si

NIP. 9100031

Dosen Pembimbing II



Ita Nurlita S.Sos , M.Med.Kom

NIP. 96000101

HALAMAN PENGESAHAN

Dipertahankan di depan Dewan Penguji Skripsi Fakultas Ilmu Sosial Dan Ilmu Politik Universitas Bhayangkara Surabaya Dan diterima untuk memenuhi syarat guna memperoleh gelar sarjana strata satu

Pada tanggal 10 Juli 2019

Mengesahkan :

Fakultas Ilmu Sosial Dan Ilmu Politik
Universitas Bhayangkara Surabaya

Dekan,



Ismail.S.Sos.,M.Si

Dewan Penguji :

1. Dra. Rini Ganefwati, M.Si (Ketua)
2. I Dewa Nyoman, S.H, M.Si (Anggota)
3. M.Fadeli, S.Sos, M.Si (Anggota)



PERNYATAAN ORIGINALITAS

Yang bertanda dibawah ini :

Nama : Revilia Tiara Putri

NIM : 1513211131

Program Studi : Ilmu Komunikasi / Jurnalistik

Menyatakan bahwa Skripsi berjudul

**STRATEGI RADIO SUARA SURABAYA DALAM MEMVERIFIKASI
KELAYAKAN BERITA *CITIZEN JOURNALISM***

Merupakan hasil karya tulis ilmiah yang bersifat original/nbukan plagiat baik sebagian ataupun keseluruhan.

Apabila di kemudian hari ditemukan adanya unsur plagiarasi dalam karya tulis ilmiah yang dimaksud, maka saya bersedia dituntut sebagaimana perturan perundang-undangan yang berlaku.

Surabaya, 1 Juli 2019

Yang menyatakan

Materai

Ttd

(Revilia Tiara Putri)

NIM 1513211131

KATA PENGANTAR

Assalamualaikum Wr. Wb

Dengan segala puji dan syukur peneliti panjatkan kepada Allah SWT, yang telah melimpahkan rahmat dan karunianya sehingga peneliti dapat menyelesaikan skripsi dengan judul “Strategi Radio Suara Surabaya dalam Memverifikasi Berita *Citizen Journalism*” sebagai salah satu syarat untuk memperoleh gelar strata satu (S1) di Universitas Bhayangkara Surabaya Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Program Studi Ilmu Komunikasi Konsentrasi Jurnalistik. Dalam penulisan skripsi ini, penulis mengucapkan terima kasih sedalam-dalamnya kepada pihak-pihak yang terlibat dalam pembuatan skripsi ini, dan yang membantu baik secara dukungan, doa, energi dan materi. Maka dari itu peneliti mengucapkan terima kasih kepada :

1. Allah S.W.T Atas segala kuasanya dilancarkan perkuliahan mulai dari awal hingga akhir.
2. Henny Ariestasari, ibu penulis yang selalu memberikan kasih sayang dan motivasi, semangat serta doa kepada penulis selama menempuh pendidikan hingga usai.
3. Brigjen Pol. (Pum). Drs. Eddy Prawoto, SH., M.Hum., selaku Rektor Universitas Bhayangkara
4. Ismail.S.Sos.,M.Si, selaku Dekan Fisip Universitas Bhayangkara
5. Dr. Ita Kusuma Mahendrawati, M, M.Si, selaku Kaprodi Ilmu Komunikasi
6. Dra. Rini Ganefwati. M.Si, selaku dosen pembimbing skripsi pertama
7. Rekza Restu Putra, kakak penulis yang selalu memberikan dukungan, doa dan kasih sayang sehingga skripsi penulis dapat terselesaikan dengan baik.
8. Eyang Uki, Mami Sarwini Imbowati, Tante Corina Dyah Palupi, dan adik-adik Kafka dan Kahfi, keluarga penulis yang telah memberikan doa dan dukungan agar skripsi penulis terselesaikan.

9. Naditria Bunga Ananda, sahabat tercinta penulis yang rela direpotin, membantu, menemani dan memberi semangat dari awal sampai akhir pembuatan skripsi ini sehingga terselesaikan dengan baik.
10. Salma Nevira Eka Suci dan Indah Khoirunnisa, teman seperdosen bimbingan yang selalu kompak dan membantu satu sama lain dari awal sampai akhir pembuatan skripsi.
11. Ratna Juwita Intan Ismaliza, Habibah Afrilian, Khoirunnisa, dan Ayu Kusuma Dewi, sahabat yang sudah memberika semangat, kasih sayang dan doa.
12. Miftaql Listiyorini, Fanzah Novita, Devi Arfanike Sari, Umar Faruk, dan teman-teman seperjuangan lainnya angkatan 2015 yang telah berjuang bersama-sama dari awal perkuliahan hingga selesai.
13. Adit Jufriansyah, selaku informan penulis yang sudah memberikan keterangan serta waktunya sehingga skripsi ini dapat terselesaikan dengan baik.
14. Dan M.Lutfi Putra Yoga Pangestu, teman hidup yang selalu menemani, membantu, memberi semangat, doa dan kasih sayang sehingga perjalanan kuliah penulis menjadi lebih bermakna, terima kasih.

Akhirnya, dengan segala kerendahan hati dengan menaruh setitik harapan semoga skripsi yang sangat sederhana ini dapat bermanfaat bagi penyusun khususnya dan bagi pembaca pada umumnya. Amin

Wassalamu'alaikum Wr. Wb.

Surabaya, 1 Juli 2019

Revilia Tiara Putri

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	
HALAMAN PERSETUJUAN.....	i
LEMBAR PENGESAHAN	ii
LEMBAR ORIGINALITAS	iii
KATA PENGANTAR	iv
DAFTAR ISI	vi
DAFTAR TABEL	ix
DAFTAR GAMBAR	x
DAFTAR LAMPIRAN	xi
ABSTRAK	xii

BAB I PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Masalah.....	1
1.2 Rumusan Masalah	6
1.3 Tujuan Masalah.....	6
1.4 Manfaat Penelitian	6
1.5 Definisi Konsep	7
1.5.1 Strategi	7
1.5.2 Radio.....	8
1.5.3 Kelayakan Berita.....	10
1.5.4 Citizen journalism.....	11
1.6 Metode Penelitian	
1.6.1 Jenis Penelitian.....	14
1.6.2 Lokasi penelitian	14
1.6.3 Fokus Penelitian	14
1.6.4 Sumber Informasi	15

1.6.5	Teknik Pengumpulan Data	16
1.6.6	Teknik Analisa Data	16
BAB II	Tinjauan Pustaka	
2.1	Penelitian Terdahulu	20
2.2	Kerangka Konseptual.....	26
2.3	Strategi	27
2.3.1	Tingkatan Strategi	28
2.3.2	Tahapan Strategi.....	32
2.4	Gatekeeper	33
2.4.1	Teori Gatekeeping.....	37
2.5	Radio	39
2.5.1	Karakteristik Radio	40
2.5.2	Jenis-jenis Radio	42
2.6	Kelayakan Berita	47
2.7	Citizen Journalism.....	51
2.7.1	Manfaat Citizen Journalism	55
BAB III	Gambaran Objek Penelitian	
3.1	Sejarah Radio Suara Surabaya	59
3.2	Alamat Radio Suara Surabaya.....	60
3.3	Struktur Organisasi Radio Suara Surabaya.....	60
3.4	Visi, Misi, Dan Logo Radio Suara Surabaya	61
3.5	Program Radio Suara Surabaya	63
BAB IV	Penyajian Dan Analisa Data	
4.1	Standar Kelayakan Berita Radio Suara Surabaya dalam Strategi Memverifikasi	65

4.2 Strategi Radio Suara Surabaya dalm Memverifikasi Kelayakan Berita Citizen Journalism	71
4.2.1 Perencanaan Verifikasi Kelayakan Berita Citizen Journalism.....	72
4.2.2 Pelaksanaan Verifikasi Kelayakan Berita Citizen Journalism	76
4.3 Sasaran Strategi Radio Suara Surabaya dalam Memverifikasi Berita Citizen Journalism	81
4.4 Kendala dan Solusi dalam Strategi Memverifikasi Kelayakan Berita Citizen Journalism	84
4.5 Teori Gatekeeping	86

BAB V Penutup

5.1 Kesimpulan	88
5.2 Saran	90

DAFTAR PUSTAKA

LAMPIRAN

DAFTAR TABEL

Tabel 1 Penelitian Terdaulu	20
Tabel 2 Kerangka Konseptual	26
Tabel 3 Struktur Organisasi Radio Suara Surabaya	56

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1 Teori Gatekeeping	33
Gambar 2 Gambar 2 Logo Radio Suara Surabaya	58

DAFTAR LAMPIRAN

- 1. Pedoman Wawancara**
- 2. Surat Izin Penelitian**
- 3. Kartu Bimbingan**
- 4. Dokumentasi**

**REVILIA TIARA PUTRI, 2019. STRATEGI RADIO SUARA SURABAYA
DALAM MEMVERIFIKASI KELAYAKAN BERITA *CITIZEN JOURNALISM***

Dosen Pembimbing I : Dra. Rini Ganefwati. M.Si

Dosen Pembimbing II : Ita Nurlita S.Sos , M.Med.Kom

ABSTRAK

Radio merupakan media massa yang derajat keserempakannya tertinggi kedua setelah TV. Penyebaran informasi melalui radio juga dapat dikatakan lebih cepat daripada TV, dikarenakan dalam produksi radio tidak diperlukan penyuntingan secara audiovisual. Dalam penyebaran informasinya pun, dunia jurnalistik melahirkan jenis-jenis jurnalistik baru salah satunya *citizen journalism*. Konsep *citizen journalism* berkembang karena *audience* dimudahkan dengan adanya internet. Media yang menyiarkan berita dari *citizen journalism* perlu upaya untuk memastikan berita dari *citizen journalism* layak di konsumsi khalayak. Maka dari itu judul dari penelitian ini adalah Strategi Radio Suara Surabaya dalam Memverifikasi berita *Citizen Journalism*.

Metode penelitian yang digunakan adalah jenis penelitian kualitatif deskriptif. Peneliti akan meneliti subjek yaitu Radio Suara Surabaya dan mengadakan wawancara secara mendalam dengan informan yaitu *gatekeeper* radio Suara Surabaya mengenai strategi verifikasi kelayakan berita *citizen journalism*.

Hasil penelitian ini dapat disimpulkan bahwa strategi yang diartikan oleh peneliti perencanaan dan pelaksanaan kegiatan dalam mencapai sasaran, maka perencanaan verifikasi kelayakan beritanya yaitu menjaga hubungan dan kepercayaan masyarakat dengan baik sebagai ruang publik dan proses verifikasi yang mudah dan sesuai dengan perspektif jurnalistik. Sedangkan pelaksanaan verifikasi kelayakan berita *citizen journalism* adalah tahap berita diseleksi berdasarkan standar kelayakan berita, tahap konfirmasi, tahap kriteria spesifikasi berita yang layak disiarkan, tahap eksekusi.

Kata Kunci : Strategi, *Gatekeeper*, *Citizen Journalism*

**REVILIA TIARA PUTRI, 2019. STRATEGI RADIO SUARA SURABAYA
DALAM MEMVERIFIKASI KELAYAKAN BERITA *CITIZEN JOURNALISM***

Dosen Pembimbing I : Dra. Rini Ganefwati. M.Si

Dosen Pembimbing II : Ita Nurlita S.Sos , M.Med.Kom

ABSTRAK

Radio is the mass media with the second highest simultaneity after television. Information dissemination via radio can also be said to be faster than television, because in radio production audiovisual editing is not needed. Even in the dissemination of information, the world of journalism gave birth to new types of journalism, one of which is citizen journalism. The concept of citizen journalism is growing because the audience is facilitated by the internet. Media that broadcasts news from citizen journalism needs an effort to ensure that news from citizen journalism is appropriate for consumption by the public. So from that the title of this research is Radio Suara Surabaya Strategy in Verifying Citizen Journalism news.

The research method used is descriptive qualitative research. The researcher will examine the subject, namely Radio Suara Surabaya and conduct in-depth interviews with informants namely the Suara Surabaya radio gatekeeper regarding a strategy to verify the feasibility of citizen journalism news.

The results of this study can be concluded that the strategies interpreted by the researchers planning and implementing activities in achieving the objectives, then planning verification of the feasibility of the news is to maintain the relationship and trust of the community as a public space and verification process that is easy and in accordance with a journalistic perspective. While the implementation of verification of the feasibility of citizen journalism news is the news stage selected based on the standards of news feasibility, the confirmation stage, the stage of the news specification criteria that are worth broadcasting, the execution phase.

Keywords: Strategy, Gatekeeper, Citizen Journalism

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 LATAR BELAKANG MASALAH

Radio, sebagai salah satu media massa elektronik, tentunya memenuhi salah satu peran penting media massa yaitu sebagai sumber dominan bagi masyarakat dan kelompok secara kolektif untuk memperoleh gambaran dan citra realitas sosial (McQuail 1987). Sehingga, radio yang pada awal mulanya berupa sistem yang diciptakan untuk kepentingan transmisi dan penerimaan yang merupakan proses abstrak dengan batasan isi yang sangat terbatas atau bahkan sama sekali tidak ada, kini dengan perannya sebagai media massa dapat menjadi alat pelayanan yang memberikan sumbangan terhadap kehidupan sosial

Radio merupakan media massa yang derajat keserempakannya tertinggi kedua setelah TV. Adapun yang dimaksud dengan keserempakan ialah media massa menciptakan situasi dimana khalayak secara serempak pada saat yang sama memperhatikan pesan yang dikomunikasikan kepadanya (Effendy 1991:15). Apabila terdapat suatu peristiwa, TV dengan tingkat derajat keserempakan tertinggi dapat menyiarkan kejadian secara langsung di tempat. Sementara radio yang bersifat auditori memang tidak dapat menggambarkan peristiwa secara audio visual layaknya TV, tetapi radio memiliki daya jangkau yang lebih jauh (tanpa satelit komunikasi) dibandingkan dengan TV. Penyebaran informasi melalui radio juga dapat dikatakan lebih cepat daripada TV, dikarenakan dalam produksi radio tidak diperlukan

penyuntingan secara audiovisual. Kelebihan-kelebihan tersebut membuat radio menjadi salah satu media massa dan sumber informasi yang banyak diandalkan masyarakat.

Selain itu, radio masih eksis sampai saat ini karena apa yang disajikan oleh radio yaitu untuk kepentingan lingkup masyarakat itu sendiri, entah itu hiburan, bisnis maupun informasi penting. Jika dilihat dari historisnya, radio di Indonesia pernah menjadi sarana penerimaan informasi yang utama bagi masyarakat. Tak mengherankan jika pada masa orde baru, informasi-informasi yang didominasi oleh pemerintah cenderung disiarkan melalui radio karena jangkauannya yang luas. Radio memiliki sejarah penting sebagai media massa yang paling “dewasa” di antara media massa lainnya di Indonesia. Sampai pada zaman revolusi pun, dengan semakin menjamurnya radio-radio swasta maupun radio komunitas yang mengedepankan program hiburan bagi pendengarnya, radio masih menjadi salah satu primadona di antara media massa yang lainnya.

Berita yang disiarkan oleh radio juga tidak kalah pentingnya dengan apa yang disiarkan oleh TV. Unsur jurnalistik seperti 5W+1H juga kerap menjadi patokan dalam menyebarkan berita. Namun perkembangan jurnalistik kini lebih meluas lagi dengan adanya *citizen journalism*. *Citizen Journalism* muncul pada tanggal 19 Januari 1998, saat Mrak Drudge menuliskan berita di internet terkait kasus perselingkuhan yang dilakukan oleh Presiden Amerika Serikat, Bill Clinton dengan salah satu seorang stafnya yakni Monica Lewinsky atau yang lebih dikenal dengan

kejadian Monicagate (Irianto, 2005:123). Lahirnya konsep *citizen journalism* sangat berkaitan erat dengan gerakan *civic journalism* atau disebut juga *public journalism* (jurnalisme warga) di Amerika Serikat setelah pemilihan presiden tahun 1988. Gerakan *citizen journalism* ini muncul karena krisis kepercayaan masyarakat Amerika terhadap media media mainstream dan kekecewaan terhadap kondisi politik saat itu (Kusumaningati, 2012:7)

Pada dasarnya *citizen journalism* merupakan bentuk perlawanan masyarakat terhadap media konvensional yang mulai mengesampingkan tanggung jawabnya kepada masyarakat. Hal ini disebutkan dalam sebuah situs Interaktif Tempo bahwa masyarakat beranggapan saat ini media konvensional lebih mengutamakan kepentingan pemilik atau penguasa media serta keuntungan pribadi, dibandingkan kewajiban mereka untuk memberikan informasi yang aktual dan faktual kepada masyarakat, sehingga masyarakat tidak percaya lagi seratus persen kepada media konvensional (Purnomo, 2011: 2)

Konsep *citizen journalism* berkembang karena *audience* dimudahkan dengan adanya internet. Namun kehadiran *citizen journalism* bukan berarti tidak menimbulkan masalah baru. Masalah muncul karena masyarakat yang menyampaikan berita bukan seorang wartawan profesional sehingga informasi yang disampaikan tidak bisa dipertanggungjawabkan sebagaimana wartawan yang bekerja dalam lembaga resmi. Pepih Nugraha dalam bukunya yang berjudul *Citizen Journalism Pandangan, Pemahaman dan Pengalaman* (2012:2), mengatakan bahwa warga biasa

tidak serta merta disebut menjadi jurnalis hanya karena menulis atau melaporkan berita. Tidak gampang menjadi seorang wartawan, ada sekolahnya untuk mempelajari ilmu kewartawanan.

Berdasarkan pengamatan awal peneliti, *citizen journalism* saat ini sangat diminati oleh masyarakat yang memiliki ketertarikan di bidang jurnalis meskipun mereka mungkin tidak memiliki latar belakang pendidikan jurnalistik. Maka dari itu tidak dipungkiri berita dari *citizen journalism* juga menjadi sumber informasi yang keakuratannya masih diragukan. Kekurangan dari *citizen journalism* ialah informasi yang disampaikan belum tentu kebenarannya atau hoax. Karena pada dasarnya hoax memang sulit untuk dihilangkan, dan hoax bisa berasal darimana saja, terutama masyarakat. Seorang *citizen journalism* juga tidak semuanya akan mengacu pada kode etik jurnalistik dalam penulisan beritanya. Dalam kode etik jurnalistik tidak hanya menghafal ke-sembilan aturannya namun juga mengerti arti dibalik setiap aturan tersebut yang mana tidak banyak diketahui oleh seorang *citizen journalism*.

Inti dari *citizen journalism* adalah masyarakat menjadi obyek sekaligus subyek berita. Sehingga setiap orang bisa menjadi penulis. Hal ini bukan bentuk persaingan media, tapi justru merupakan perluasan media. Sesuatu hal yang menarik dari *citizen journalism* adalah perbandingan antara jumlah berita dalam koran yang lebih sedikit dibandingkan dengan jumlah blog yang ada. Blog yang ada jumlahnya banyak sekali, sehingga orang dengan bebas memilih berita sendiri.

Citizen journalism yang sudah mulai masuk pada media massa dan media online, radio juga tidak kalah memperbarui kinerjanya dengan melibatkan *citizen journalism* dalam menyiarkan berita khususnya yang penting untuk khalayak seperti info lalu lintas, kecelakaan, kemacetan dan lain-lain. Dengan adanya *citizen journalism* ini memudahkan para media dalam menyiarkan informasi terkini kepada khalayak karena berita khususnya *hard news* harus bersifat cepat dan tepat.

Maka dengan demikian, dalam penelitian ini penulis ingin meneliti strategi salah satu radio yang ada di Surabaya, yaitu Suara Surabaya yang menerapkan citizen journalism sebagai sumber informasi mereka. Karena saat ini tidak hanya televisi yang menggunakan *citizen journalism* sebagai pencari berita, radio juga tidak kalah memperbarui kinerjanya dengan melibatkan *citizen journalism* dalam menyiarkan berita khususnya yang penting untuk khalayak seperti info lalu lintas, kecelakaan, kemacetan dan lain-lain. Dan di tengah perkembangan jurnalistik yang dibantu oleh sosial media, radio Suara Surabaya pasti memiliki cara dan strategi sendiri dalam menyeleksi dan memverifikasi informasi yang masuk demi terhindar dari menyiarkan berita hoax. Radio Suara Surabaya sendiri terbilang radio yang sering mengandalkan informasi dari citizen journalism dalam memantau apa yang terjadi di wilayah Surabaya dan sekitarnya. Hal inilah yang kemudian melatarbelakangi peneliti untuk melakukan penelitian terkait **“STRATEGI RADIO SUARA SURABAYA DALAM MEMVERIFIKASI KELAYAKAN BERITA *CITIZEN JOURNALISM*”**

1.2 RUMUSAN MASALAH

Perumusan masalah yang ingin dijawab melalui penelitian ini adalah: Bagaimana strategi Radio Suara Surabaya dalam memverifikasi kelayakan berita *citizen journalism*?

1.3 TUJUAN PENELITIAN

Yang menjadi tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui strategi Radio Suara Surabaya dalam memverifikasi kelayakan berita *citizen journalism*.

1.4 MANFAAT PENELITIAN

1.4.1 Manfaat Teoretis

Secara teoritis hasil penelitian ini diharapkan dapat bermanfaat yaitu:

- a. Memberikan sumbangan pemikiran bagi bagi ilmu komunikasi terutama dalam program studi jurnalistik dalam kaitannya dengan media baru yaitu *citizen journalism* sesuai dengan kegiatan jurnalistik yang berkembang saat ini.
- b. Memberikan sumbangan ilmiah dalam ilmu komunikasi khususnya jurnalistik terkait *citizen journalism*
- c. Sebagai pijakan dan referensi pada penelitian-penelitian selanjutnya yang berhubungan dengan strategi media khususnya radio dan *citizen journalism*

1.4.2 Manfaat Praktisi

Secara praktis penelitian ini dapat bermanfaat sebagai berikut :

2 Bagi Peneliti

Dapat menambah wawasan dan pengalaman langsung tentang strategi radio dalam menyeleksi kelayakan berita *citizen journalism*.

3 Bagi Pembaca

Penelitian ini diharapkan dapat memberi gambaran tentang tulisan *citizen journalism*, berkaitan dengan kelayakannya sebagai sebuah berita yang akan dibaca oleh orang banyak.

1.5 DEFINISI KONSEP

1.5.1 Strategi

Onong Uchjana Effendy (1990:32) berpendapat bahwa strategi pada hakekatnya adalah perencanaan (planning) dan manajemen (management) untuk mencapai suatu tujuan. Tetapi untuk mencapai tujuan tersebut strategi tidak berfungsi sebagai peta jalan yang hanya menunjukkan arah saja, melainkan harus mampu menunjukkan bagaimana taktik operasionalnya. Selain itu Onong Uchjana (2004:32) juga menjelaskan bahwa strategi komunikasi merupakan paduan perencanaan komunikasi (*communication planning*) dengan manajemen komunikasi (*communication management*) untuk mencapai tujuan yang telah ditetapkan.

Adapun menurut Sondang P. Siagian (1985:21), strategi adalah cara-cara yang sifatnya mendasar dan fundamental yang akan dilakukan oleh suatu organisasi untuk mencapai tujuan dan berbagai sasaran dengan selalu memperhitungkan kendala lingkungannya yang pasti akan dihadapi. Sedangkan Pearce dan Robin (1997:20)

mendefinisikan strategi sebagai kumpulan keputusan dan tindakan yang menghasilkan perumusan (formulasi) dan pelaksanaan (implementasi) rencana-rencana yang dirancang untuk mencapai sasaran-sasaran organisasi/perusahaan.

Berdasarkan pendapat di atas, maka dapat ditarik kesimpulan bahwa strategi komunikasi adalah perencanaan dan pelaksanaan yang menyeluruh dari rangkaian tindakan yang akan dilaksanakan oleh sebuah organisasi untuk mencapai beberapa tujuan dan sasaran.

1.5.2 Radio

Radio adalah sebuah teknologi yang digunakan untuk pengiriman sinyal dengan cara modulasi dan radiasi elektromagnetik (gelombang elektromagnetik). Gelombang ini melintas dan merambat lewat udara dan bisa juga merambat lewat ruang angkasa yang hampa udara, karena gelombang ini tidak memerlukan medium pengangkut (seperti molekul udara).

Secara etimologi “Radio adalah pengiriman suara/bunyi melalui udara”. Menurut Ton Kertapati, pada dasarnya radio merupakan medium untuk bercerita yang dalam permulaanya segala apa yang disiarkan mempunyai bentuk cerita, namun di dalamnya diikuti dengan faktor lain yang membedakannya dengan surat kabar yaitu efek, suara, music dan dialog. Kemudian menurut Anwar Arifin, Radio adalah alat komunikasi massa, dalam artian pernyataan manusia umumna/terbuka dan menyalurkan gelombang yang berbunyi, berupa program-program yang terartur yang isinya aktual dan meliputi segi perwujudan kehidupan masyarakat. Sedangkan

menurut H. A. Widjaja, radio adalah keseluruhan system gelombang suara yang dipancarkan dari stasiun pemancar dan diterima oleh pesawat penerima dirumah, mobil dan lain-lain dan dilepas dimana saja.

Disamping itu radio merupakan alat atau sarana yang didalamnya terkandung terkandung arti penerangan, ajakan dan hiburan yang mampu menggugah manusia untuk berbuat baik dengan meninggalkan kemungkaran.

Dari beberapa pengertian diatas dapat diambil garis besar bahwa radio merupakan suara yang dihasilkan lalu dipancarkan oleh gelombang elektromagnetik melalui udara. Radio dalam kehidupan sehari-hari sebagai sarana penyampai informasi. Suara yang dikeluarkan dari pesawat radio merupakan perubahan bentuk 9aka d elektromagnetik dari gelombang radio yang ditangkap pesawat oleh radio, lalu diubah melalui penguat suara sehingga mendapatkan hasil bunyi yang bisa kita dengar.

Dalam penelitian ini, radio yang dimaksud yaitu radio yang berbasis pada berita dan informasi yang terdapat di Surabaya yaitu radio Suara Surabaya. Radio Suara adalah radio yang menyiarkan sebagian besar informasi yang berkaitan dengan masyarakat.

1.5.3 Kelayakan Berita

Berita adalah sebuah informasi yang penting dan menarik perhatian serta menarik minat khalayak pendengar (Menurut Paul de Massenner). Berita adalah laporan tentang suatu peristiwa, opini, kecenderungan, situasi, kondisi interpretasi yang penting, menarik, masih baru dan harus disampaikan secepatnya kepada

khalayak (menurut Charnley dan James M. Neal). Berita adalah laporan tentang fakta atau ide yang termassa, yang dapat menarik perhatian pembaca, karena sesuatu yang luar biasa, penting, mencakup sisi human interest seperti humor, emosi dan ketegangan (Menurut Assegaf, dalam Sumadiria 2005: 64-65).

Sama halnya dengan peristiwa, gagasan atau opini seseorang juga muncul setiap waktu, di banyak tempat, dan di beragam keadaan. Tapi tidak semua peristiwa, kejadian, gagasan, pandangan atau pun pendapat layak menjadi berita. Ada 4 syarat standar kelayakan berita: penting, menarik, aktual, dan faktual.

Dalam perspektif jurnalistik, berita bukanlah sekadar peristiwa yang terjadi, juga bukan sekadar pernyataan seseorang. Beribu peristiwa bisa terjadi setiap saat, dan berjuta orang bisa angkat bicara setiap waktu, namun tentunya tak semuanya bakal layak diberitakan. Hanya sebagian kecil saja yang memenuhi syarat untuk disiarkan atau pun dipublikasikan.

Itulah sebabnya, memilih kejadian atau opini untuk dijadikan berita tidaklah semudah membalikkan telapak tangan. Proses pemilihannya tidak bisa asal-asalan. Tidak bisa asal comot, tidak bisa asal ambil. Tidak bisa asal peristiwa, juga tidak bisa asal pernyataan. Ada syarat kelayakan, juga ada proses ketat di dalam memilihnya. Menimbang itulah, maka berita dapat dimaknai sebagai informasi terpilih yang layak dipublikasikan atau disiarkan kepada khalayak, baik itu sesuatu yang penting atau sesuatu yang dinilai menarik untuk diketahui masyarakat.

1.5.4 Citizen Journalism

Citizen Journalism adalah praktek jurnalisme yang dilakukan oleh jurnalis dalam hal ini oleh warga. *Citizen Journalis* (Jurnalisme Warga) adalah warga biasa yang menjalankan fungsi selayaknya jurnalis profesional yang pada umumnya menggunakan channel media baru yaitu internet untuk menyebarkan informasi dan berita yang mereka dapat.

Istilah citizen journalism atau yang diterjemahkan ke dalam bahasa Indonesia yakni sebagai jurnalisme warga. Citizen journalism adalah kegiatan masyarakat yang “bermain dengan aktif dalam proses mengumpulkan, melaporkan, menganalisis, dan menyebarkan informasi dan berita”.

Jurnalisme warga adalah jurnalisme di mana warga memproduksi informasi sendiri secara amatir tanpa adanya campur tangan media arus utama tentang isu seputar warga dan beragam informasi aktual, tajam dan terpercaya lainnya, yang sedang hangat di bicarakan, berkembang ataupun yang telah berlalu, sekehendak hati pewartanya. Singkatnya saja, jurnalisme ini hampir seperti demokrasi ala Indonesia, dimana “Jurnalisme warga dari warga, oleh warga, tentang warga dan untuk warga”.

Jurnalisme warga inilah yang menjadi sejarah baru di dunia pers, sehingga warga dan pers hidup saling berdampingan dalam menyampaikan informasi kepada masyarakat dengan semangat berbagi. Citizen Journalism sendiri sebenarnya lahir tanpa disadari, saat peristiwa tsunami tersebut menganugrahkan letikan inspirasi dari seorang korban tsunami “Cut Putri” yang saat itu berada di lokasi kejadian. Peristiwa

yang direkam Cut Putri itulah yang dicari media karena moment yang sangat berarti untuk sebuah pemberitaan. Keterbatasan media akhirnya membuka semua mata untuk melibatkan warga bagian dari sumber informasi.

Peristiwa-peristiwa tak terduga itulah yang terkadang terlewatkan oleh media, karena saat peristiwa penting, belum tentu seorang wartawan berada di tempat. Nah, disinilah peran Citizen Journalism. Istilah Citizen Journalism sudah sangat dekat di telinga kita bahkan saat ini, pers warga sudah melembaga dengan adanya organisasi independen PPWI (Persatuan Pewarta Warga Indonesia), sehingga keberadaan Citizen Journalism sudah diakui baik oleh media maupun para pengamat pers. Citizen journalism merujuk pada pengertian di mana masyarakat biasa bisa berkontribusi untuk menghasilkan produk jurnalisme (terutama informasi) yang dibutuhkan orang lain. Tak perlu seseorang harus lulus dari jurusan jurnalistik, atau komunikasi massa, untuk bisa menulis. Nah, jurnalisme warga itu bukan hanya mahasiswa atau lulusan dari sekolah jurnalistik tetapi, siapa saja tidak dilihat dari usia, latar belakang, pekerjaan atau profesi. Apa yang memicu jurnalisme warga menjadi trend di dunia termasuk radio, mengapa karena kebutuhan kita untuk mengetahui informasi semakin tinggi dan perkembangan teknologi yang semakin canggih. Dengan keterlibatan warga dalam memberitakan sesuatu (jadi, setiap orang adalah wartawan dan kerja wartawan bisa dilakukan oleh setiap orang). Citizen journalism memberi pengertian bahwa, setiap pengalaman yang ditemui sehari-hari di lingkungannya, atau

melakukan interpretasi terhadap suatu peristiwa tertentu. Semua individu bebas melakukan hal itu, dengan perspektif masing-masing.

Shayne Bowman dan Chris Willis lantas mendefinisikan citizen journalism sebagai ‘...*the act of citizens playing an active role in the process of collecting, reporting, analyzing, and disseminating news and information*’. Citizen journalism adalah bentuk spesifik dari citizen media dengan content yang berasal dari 13aka d. Di Indonesia, istilah yang dimunculkan untuk citizen journalism adalah jurnalisme partisipatoris atau jurnalisme warga.

1.6 METODE PENELITIAN

1.6.1 Jenis Penelitian

Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif dengan pendekatan deskriptif (deskriptif kualitatif) untuk mengkaji dan mengetahui bagaimana strategi Radio Suara Surabaya dalam menyeleksi kelayakan berita *citizen jurnalis*. Moelong (2009) menjelaskan pendekatan kualitatif digunakan untuk memahami fenomena tentang apa yang dialami oleh subyek penelitian misalnya perilaku, persepsi, motivasi, tindakan, dan lain-lain secara holistic, dan dengan cara deskripsi dalam bentuk kata-kata dan bahasa, pada suatu konteks khusus yang alamiah dan dengan memanfaatkan berbagai metode alamiah (tidak menggunakan prosedur 13aka da13o atau cara kuantitatif lainnya).

Dengan menggunakan pendekatan deskriptif, karena tidak dimaksudkan untuk menguji hipotesis, tetapi hanya menggambarkan suatu gejala atau keadaan yang

diteliti secara apa adanya serta diarahkan untuk memaparkan fakta-fakta, kejadian-kejadian secara sistematis dan akurat. Jadi, melalui penelitian deskriptif ini agar peneliti mampu mendiskripsikan strategi Radio Suara Surabaya dalam memverifikasi kelayakan berita *citizen journalism*.

1.6.2 Lokasi Penelitian

Penelitian ini dilakukan oleh peneliti di kantor Radio Suara Surabaya pada strategi Radio Suara Surabaya dalam memverifikasi kelayakan berita *citizen journalism* yang berada di Jalan Wonokitri Besar No.40C, Pakis, Kec. Sawahan, Kota SBY, Jawa Timur 60256.

1.6.3 Subyek Penelitian

Subjek Penelitian Strategi Radio Suara Surabaya dalam Memverifikasi Kelayakan Berita Citizen Journalism di Jalan Wonokitri Besar No.40C, Pakis, Kec. Sawahan, Kota SBY, Jawa Timur 60256, sebagai berikut :

1. Gatekeeper Radio Suara Surabaya

Karena sumber data merupakan hal yang sangat penting bagi peneliti untuk pengolahan data, dengan adanya ketepatan dalam memilih dan menentukan sumber data maka akan mudah dilakukan peneliti untuk mengolahnya.

1.6.4 Fokus Penelitian

Moleong (2004:237) menyatakan bahwa 15aka penelitian dimaksudkan untuk membatasi studi kualitatif, sekaligus membatasi penelitian guna memilih data yang relevan dan yang baik. Dalam penelitian ini peneliti memfokuskan masalah terlebih dahulu supaya tidak terjadi perluasan permasalahan yang nantinya tidak sesuai dengan tujuan penelitian ini. Maka peneliti memfokuskan untuk meneliti strategi Radio Suara Surabaya dalam memverifikasi kelayakan berita citizen journalism, meneliti standar kelayakan berita yang di tetapkan serta meneliti apakah strategi yang digunakan sudah mencegah terjadinya hoax atau belum.

1.6.5 Sumber Informasi

Sumber Informasi yang digunakan peneliti berasal dari pernyataan dan keterangan informan sebagai hasil wawancara yang dilakukan oleh peneliti kepada gatekeeper radio Suara Surabaya

1.6.6 Teknik Pengumpulan Data

Data adalah bahan mentah yang dikumpulkan peneliti dari lapangan penelitian, serta bahan spesifik dalam melakukan analisis. Untuk memperoleh data yang valid dan aktual, maka didalam penelitian ini penulis menggunakan metode pengumpulan data sebagai berikut :

1. Wawancara (*Interview*)

Wawancara menurut Satori & Komariah (2011: 130) adalah suatu teknik pengumpulan data untuk mendapatkan informasi yang digali dari sumber data langsung melalui percakapan atau 16aka jawab. Sugiyono (2010: 194) menjelaskan bahwa wawancara digunakan sebagai teknik pengumpulan data apabila peneliti ingin melakukan studi pendahuluan untuk menemukan permasalahan yang harus diteliti, dan juga mengetahui hal-hal dari responden yang lebih mendalam dan jumlah respondennya kecil/sedikit. Teknik pengumpulan data mendasarkan diri pada laporan tentang diri sendiri atau self-report, atau setidaknya pada pengetahuan dan atau keyakinan pribadi. Jenis data yang digali dengan metode ini meliputi seluruh data yang dibutuhkan dalam penelitian dan sumbernya terdiri dari informan yang terdapat di Radio Suara Surabaya.

2. Pengamatan (*Observation*)

Menurut Suharsimi Arikunto, observasi atau pengamatan meliputi kegiatan pemuatan perhatian terhadap suatu obyek dengan menggunakan seluruh alat indera. Mengobservasi dapat dilakukan melalui penglihatan, penciuman, pendengaran, peraba dan pengecap. Observasi dapat dilakukan dengan tes, kuesioner, rekaman gambar, dan rekaman suara. Terkait dengan pokok permasalahan dalam penelitian, metode ini digunakan untuk memperoleh data tentang :

a. Profil Radio Suara Surabaya

b. Kinerja Radio Suara Surabaya

1.6.7 Teknik Analisa Data

Kegiatan Analisis data dalam Sugiyono (2010: 207) adalah: mengelompokkan data berdasarkan 17aka da17 dan jenis responden, mentabulasi data berdasarkan 17aka da17 dari seluruh responden, menyajikan data tiap 17aka da17 yang diteliti, melakukan perhitungan untuk menjawab rumusan masalah. Sedangkan menurut Bogdan dan Taylor mendefinisikan analisis data sebagai proses yang merinci suatu usaha secara formal untuk menemukan tema dan merumuskan hipotesis (ide) seperti yang disarankan oleh data dan sebagai usaha untuk memberikan bantuan pada tema dan hipotesis itu. Dengan demikian dapat disimpulkan bahwa analisis data yaitu proses mengorganisasikan dan mengurutkan data ke dalam pola kategori, dan satuan uraian dasar sehingga dapat ditemukan tema dan dapat dirumuskan hipotesis kerja seperti yang disarankan oleh data.

Proses analisis data dimulai dengan menelaah seluruh data yang tersedia dari berbagai sumber, yaitu dari observasi, wawancara dan dokumen-dokumen yang berhubungan dengan penelitian seperti dokumen pribadi, dokumen resmi, dan sebagainya. Dalam analisis data penulis menggunakan teknik analisis deskriptif. Dengan pertimbangan bahwa penelitian ini berusaha menggambarkan data secara sistematis, ringkas dan sederhana tentang Strategi Radio Suara Surabaya dalam Memverifikasi Kelayakan Berita Citizen Journalism sehingga lebih mudah dipahami

oleh peneliti atau orang lain yang tertarik dengan hasil penelitian yang telah dilakukan.

Proses analisis data yang dilakukan oleh peneliti adalah dengan langkah-langkah sebagai berikut:

1. Reduksi data (data reduction)

Reduksi data adalah merupakan analisis data yang menggolongkan data dengan cara sedemikian rupa hingga kesimpulan finalnya dapat ditarik kesimpulan (verifikasi). Data yang diperoleh dari lapangan langsung ditulis dengan rinci dan sistematis setiap selesai mengumpulkan data. Laporan-laporan itu perlu direduksi, yaitu dengan memilih hal-hal pokok yang sesuai dengan 18aka penelitian agar mudah untuk menyimpulkannya. Reduksi data dilakukan untuk mempermudah peneliti dalam mencari kembali data yang diperoleh bila diperlukan serta membantu dalam memberikan kode kepada aspek-aspek tertentu.

2. Penyajian Data (data display)

Setelah data direduksi, maka langkah selanjutnya adalah penyajian data. Penyajian data yaitu mengumpulkan data atau informasi secara tersusun yang memberi kemungkinan adanya penarikan kesimpulan dan pengambilan tindakan. Data yang sudah ada disusun dengan menggunakan teks yang bersifat naratif, selain itu bisa juga bersifat matriks, grafik, dan chart. Penyajian data dilakukan dengan 18aka da supaya peneliti dapat menguasai data dan tidak tenggelam dalam tumpukan.

Selain itu juga supaya peneliti mudah dalam memahami yang telah terjadi dan dapat merencanakan apa yang akan dilakukan selanjutnya.

3. Penarikan Kesimpulan (Verifikasi)

Verifikasi merupakan rangkaian analisis data puncak. Kesimpulan dalam penelitian kualitatif membutuhkan verifikasi selama penelitian berlangsung. Verifikasi dimaksudkan untuk menghasilkan kesimpulan yang valid. Oleh karena itu, ada baiknya sebuah kesimpulan ditinjau ulang dengan cara memverifikasi kembali catatan-catatan selama penelitian dan mencarinpola, tema, model, hubungan dan persamaan untuk diambil sebuah kesimpulan.

BAB II

TINJAUAN PUSTAKA

2.1 PENELITIAN TERDAHULU

NO	NAMA PENELITI	JUDUL PENELITIAN	HASIL PENELITIAN
1	Nevi Ervina	PENERAPAN CITIZEN JOURNALISM DI RADIO SIARAN	Hasil dari penelitian berikut bahwa Citizen Journalism atau jurnalis warga memang tidak memiliki keahlian menjadi jurnalis, yang bertanggung jawab penuh adalah lembaga 20aka da20 sendiri yang membuat Penerapan Citizen Journalism. Jika dihubungkan dengan Penelitian penulis beranggapan bahwa Citizen Journalism hanya sebagai pelapor utama tapi tidak dapat menyiarkan. Warga

			<p>hanya bertindak sebagai layaknya seorang jurnalis tetap hanya menerima, menyampaikan dan melaporkannya.</p>
2	<p>Neisya Rezki Dea Asmarani</p>	<p>Strategi Pemanfaatan Citizen Journalism Pada Program Wide Shot</p>	<p>Hasil penelitian menunjukkan strategi pemanfaatan citizen journalism pada program acara Wide Shot adalah menanamkan sifat kritis ke warga serta memberikan apresiasi kepada citizen journalism. Peranan program acara Wide</p>

			<p>Shot adalah dengan memberikan sosialisasi dan pelatihan jurnalistik. Serta simpulan dari hasil penelitian adalah strategi pemanfaatan citizen journalism adalah program Wide Shot merupakan wadah bagi masyarakat yang ingin mengembangkan bakat dan minat dalam bidang jurnalistik serta dapat memberikan ruang yang lebih luas bagi perkembangan citizen journalism di Indonesia. Penelitian selanjutnya dapat meneliti respon warga terhadap tayangan Wide Shot yang juga dijadikan pertimbangan untuk</p>
--	--	--	--

			perkembangan program acara tersebut.
3	Abi Gayuh Sopana	Fungsi Gatekeeping SBO TV Surabaya dalam menjaga kelayakan berita dari citizen journalism	Hasil riset menjelaskan bahwa terdapat three langkah strategi, strategi pertama yaitu formulasi di mana dalam tahap ini pihak SBO TV sudah membangun rencana dengan netizen sebagai sebuah modal berharga untuk jangka panjang di pada sebuah media massa khususnya pada SBO TV. Tahap kedua yaitu langkah implementasi, dalam tahap ini SBO TV menyediakan sebuah wadah untuk citizen journalism berupa jejaring sosial atau media sosial seperti sbo.co.id,

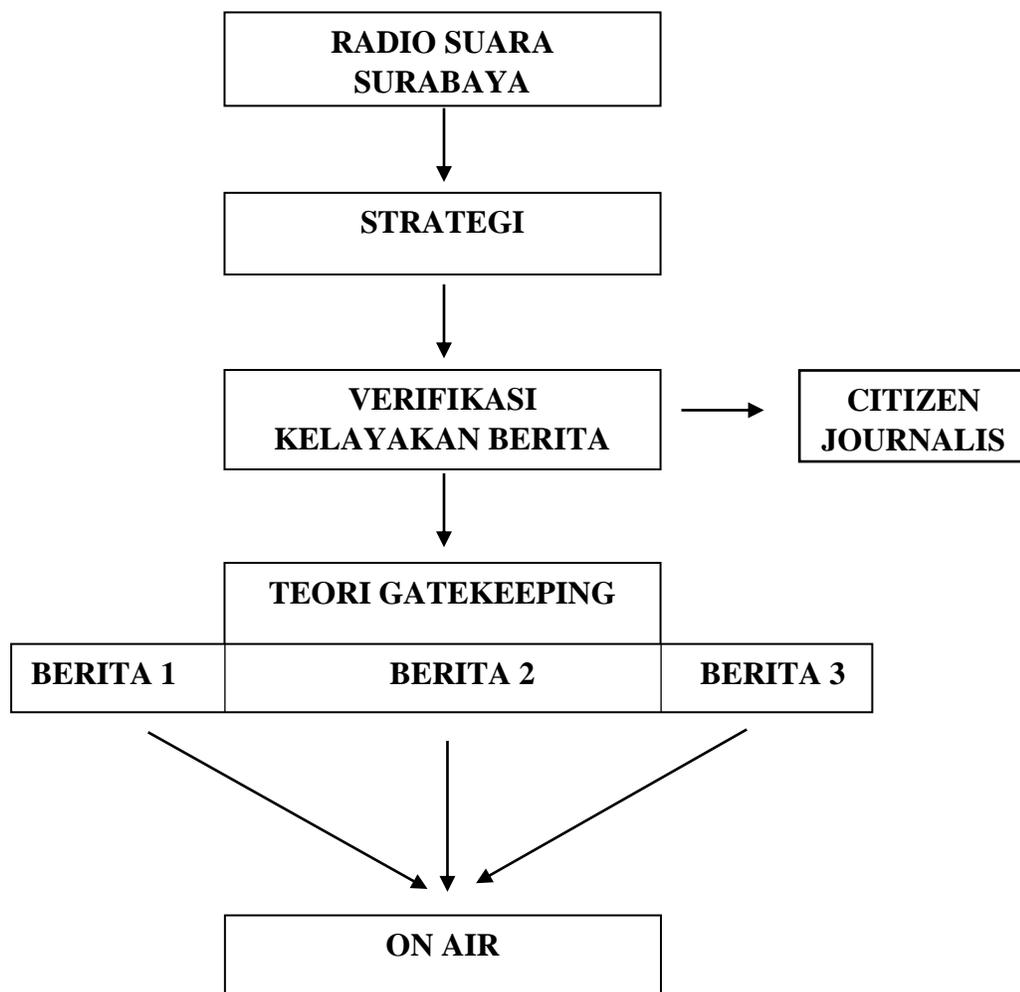
			<p>sbowebtv.com, surabayanews.co.id, akun twitter @sbotv dan e-mail korlipsbotv@gmail.co m. Informasi yang masuk akan diproses oleh gatekeeper sesuai dengan kaidah jurnalistik yang cocok dengan pasal-pasal dari Persatuan Wartawan Indonesia (PWI) dan juga buku panduan editorial tips e-book. Bentuk citizen journalism di SBO TV sendiri ialah Integrating citizen journalism underneath one roof di mana berita jurnalis 24aka da24onal dan jurnalis warga berada dalam satu atap guna memberikan informasi bahwa berita dari warga juga</p>
--	--	--	---

			<p>mendapatkan tempat dan dimuat bersama berita-berita dari jurnalis dan da25onal lainnya. Langkah terakhir ialah evaluasi, dalam tahap ini pihak SBO TV 25aka da evaluasi/monitoring terkait penerapan citizen journalism. Hal itu disebabkan penerapan citizen journalism ini masih baru di SBO TV dan berita-berita dari citizen journalism itu layak dikonsumsi, seperti tidak terdapat kesalahan dalam konten berita dan tidak memunculkan konflik dengan masyarakat.</p>
--	--	--	--

Tabel 1 Penelitian Terdahulu

Judul penelitian ini adalah Strategi Radio Suara Surabaya dalam Memverifikasi Kelayakan Berita *Citizen Journalism*. Adapun tujuan peneliti dalam penelitian ini untuk mengetahui strategi radio suara surabaya dalam memverifikasi kelayakan berita *citizen journalism*.

2.2 KERANGKA KONSEPTUAL



2.3 STRATEGI

Definisi strategi itu sendiri yaitu, menurut Stephanie K Marus, seperti yang dikutip Umar (2005:31) strategi didefinisikan sebagai suatu proses penentuan rencana para pemimpin puncak yang berfokus pada tujuan jangka panjang organisasi, disertai penyusunan suatu cara bagaimana agar tujuan tersebut dapat tercapai. Strategi merupakan sejumlah keputusan yang ditunjukkan untuk mencapai tujuan sumber daya organisasi dengan peluang dan tantangan yang dihadapi dalam lingkungan industri. Sumber lainnya menyatakan bahwa strategi adalah pendekatan secara keseluruhan yang berkaitan dengan pelaksanaan gagasan, perencanaan dan eksekusi sebuah aktivitas dalam kurun waktu tertentu.

Dalam artikel Michael E. Porter (1996) berjudul *What Is Strategy?* Dijabarkan bahwa strategi merupakan hal unik dan posisinya bernilai, melibatkan seperangkat kegiatan yang berbeda. Ketika kita telah memberikan atau menawarkan hal dengan cara yang berbeda dari apa yang pernah kita lakukan sebelumnya, maka hal itu disebut strategi. Strategi juga dapat dikatakan sebagai inti dari manajemen secara umum yang meliputi menjabarkan posisi perusahaan, membuat beberapa tarikan dan menempa setiap kegiatan dengan tepat. Strategi juga diartikan sebagai penciptaan timbal balik dalam kompetisi, mengombinasikan aktivitas, serta menciptakan kesesuaian antaraktivitas yang dilakukan oleh perusahaan.

Dalam penelitian ini strategi menjadi gambaran cara *gatekeeper* Radio Suara Surabaya dalam menyeleksi kelayakan berita citizen journalism. Selain itu strategi

yang digunakan oleh *gatekeeper* Suara Surabaya ini dilakukan untuk mewujudkan tujuan-tujuan yang diharapkan oleh perusahaan. Kemudian strategi ini pula diharapkan dapat memberikan suatu hal yang dibutuhkan khalayak pendengar Radio Suara Surabaya.

2.3.1 Tingkatan-Tingkatan Strategi

Berikut ini adalah pembahasan singkat mengenai ketiga Tingkatan Strategi yang dimaksud.

1. Strategi Korporasi (*Corporate Level Strategy*)

Tingkat Strategi yang pertama dalam dunia bisnis adalah Strategi di Tingkat Korporasi atau *Corporate Level Strategy*, Strategi korporasi menangani seluruh ruang lingkup strategis perusahaan terutama dalam menentukan tujuan dan sasaran suatu perusahaan. Strategi ini diperlukan untuk menentukan bisnis apa yang harus atau ingin dimiliki oleh perusahaan seperti jenis produk yang akan diproduksi dan dimana produk tersebut harus dipasarkan. *Corporate Level Strategy* juga menentukan arah yang akan dituju oleh perusahaan dan peran setiap unit bisnis dalam perusahaan untuk mencapai arah tersebut.

Ada dua hal penting yang harus dilakukan pada strategi di tingkat korporasi, yaitu :

a. Menetapkan Visi dan Misi Perusahaan (Korporasi)

Pernyataan Visi adalah pernyataan yang menggambarkan tujuan dan kondisi dimasa depan yang ingin dicapai oleh perusahaan dalam jangka menengah atau jangka panjang. Visi atau dalam bahasa Inggris disebut dengan *Vision* ini berfungsi sebagai panduan yang jelas untuk memilih tindakan saat ini dan di masa yang akan datang. Sedangkan **pernyataan Misi** adalah pernyataan tentang apa yang harus dikerjakan oleh perusahaan untuk mewujudkan visi tersebut. Misi atau dalam bahasa Inggris disebut dengan *Mission* ini memberikan arah dan batasan-batasan proses pencapaian tujuan.

b. Menentukan Obyektif atau Tujuan Perusahaan (Korporasi)

Obyektif Perusahaan atau Tujuan Perusahaan yang ditentukan adalah alat yang mendasari semua perencanaan dan kegiatan strategis dan berfungsi sebagai dasar untuk membuat kebijakan dan mengevaluasi kinerja. Contoh Obyektif Perusahaan diantara seperti menghasilkan laba, meminimalkan pengeluaran atau memperbesar pangsa pasar dan lain-lainnya.

2. Strategi Unit Bisnis (*Unit Business Level Strategy*)

Strategi di Tingkat Unit Bisnis adalah strategi yang digunakan untuk mencapai tujuan dari setiap unit bisnis seperti unit bisnis layanan, produk, divisi ataupun anak perusahaan. Strategi ini dijalankan oleh masing-masing unit bisnis namun harus bersinergi dan mendukung strategi korporasi yang telah ditetapkan oleh

perusahaan induk. Strategi di Tingkat unit Bisnis ini sangat penting untuk dilakukan karena dapat melihat unit bisnis mana yang unggul dan unit bisnis mana yang perlu ditingkatkan lagi.

Memiliki Strategi di tingkat Unit Bisnis ini memungkinkan perusahaan mempertimbangkan biaya dan manfaat dari setiap unit bisnis dan memutuskan posisi yang tepat untuk pengalokasian sumber daya perusahaan bahkan dapat digunakan untuk memutuskan kapan waktunya untuk melakukan divestasi atau menjual unit bisnis yang tidak berkontribusi positif sehingga manajemen puncak perusahaan dapat fokus pada unit bisnis yang paling penting untuk pencapaian strategi korporasi.

Ada beberapa hal yang harus dilakukan pada Strategi di Tingkat Unit Bisnis ini yaitu :

1. Membedakan Perusahaan kita dengan Kompetitor. Salah satu cara yang terbaik untuk mengetahui apakah unit bisnis kita telah melakukan yang terbaik adalah dengan menggunakan analisis SWOT. Analisis SWOT ini memungkinkan kita untuk meninjau lingkungan persaingan dan menentukan strategi yang tepat untuk unit bisnis kita.
2. Menetapkan Obyektif (Tujuan) dan tindakan-tindakan yang mendukung strategi di tingkat unit bisnis dan strategi di tingkat korporasi. Sasaran kita saat membuat strategi unit bisnis adalah untuk menetapkan obyektif atau

tujuan dan inisiatif yang mendukung unit bisnis sekaligus berkontribusi terhadap obyektif (tujuan) perusahaan secara keseluruhan.

3. Strategi Fungsional (*Functional Level Strategy*)

Strategi di Tingkat Fungsional adalah strategi yang dirumuskan secara spesifik pada area fungsional tertentu untuk mendukung strategi unit bisnis. Area fungsional ini meliputi departemen-departemen yang terdapat di unit bisnis seperti pemasaran, produksi, keuangan, sumber daya manusia, IT serta penelitian dan pengembangan. Strategi Fungsional ini biasanya dihasilkan dan dievaluasi oleh kepala departemen seperti kepala pemasaran, kepala keuangan, kepala produksi dan operasi. Individu-individu ini dapat membantu memastikan bahwa departemen menjalankan elemen strategis yang ditetapkan serta memastikan komponen-komponen di fungsional ini membantu mendukung strategi di tingkat unit bisnis maupun strategi di tingkat korporasi.

Ada beberapa hal yang harus dipertimbangkan dalam menetapkan strategi di tingkat fungsional, yaitu :

1. Memahami setiap perincian proyek dan pengukurannya.
2. Pastikan Strategi yang ditetapkan di tingkat fungsional ini harus selaras dengan strategi di tingkat unit bisnis dan strategi di tingkat korporasi.
3. Hanya perlu mengukur data-data penting yang menentukan pencapaian terhadap sasaran dan tujuan utama.

2.3.2 Tahapan-Tahapan Strategi

Ada lima tahap dalam membuat formulasi dan mengimplementasikan suatu strategi. Kelima tahap tersebut adalah:

- Tahap I : Pengumpulan dan Analisis Keterangan Strategis.

Adalah tugas para eksekutif organisasi untuk dapat menilai kecenderungan-kecenderungan yang terjadi pada saat ini dan yang akan datang baik dari segi eksternalnya (pasar, persaingan, teknologi, regulasi, dan keadaan ekonomi) maupun segi internalnya (nilai organisasi, keunggulan dan kemampuan, hasil produk dan pasar, dan kebijakan strategis yang lalu)

- Tahap II : Formulasi Strategi.

Tim ini pulalah harus memeriksa beberapa masa depan alternatif dan menyeleksi serta menciptakan profil atau visi strategis yang berfokus pada ke sembilan pertanyaan tersebut. Kekuatan formulasi sangat tergantung pada kekuatan proses yang dilalui atau yang dialami oleh tim dalam membuat keputusan.

- Tahap III : Perencanaan Proyek Induk Strategis.

Dengan menggunakan metode management proyek yang canggih dan benar dimana rencana disusun, dijelaskan, diprioritaskan, ditahap-tahapkan, dijadwalkan, disumberdayakan dan diimplementasikan serta dipantau (diawasi), maka proyek-proyek tersebut dapat dioptimalkan dalam suatu portofolio.

- Tahap IV : Implementasi Strategi.

Tahap ini adalah tahap pelaksanaan (implementasi) yang mana kualitas suatu proyek sangat diharuskan. Untuk itu dibutuhkan suatu sistem komunikasi yang handal, cepat dan akurat yang dimulai dari tingkat rendah (lower management) hingga ke tingkat yang tinggi (top management).

- Tahap V : Pemantauan, Peninjauan dan Pembaharuan Strategi.

Di tahap ini dibutuhkan indikator internal (kemajuan di bidang tujuan dan langkah strategis, kemajuan proyek) maupun indikator eksternal (validitas asumsi dasar yang menjadi penciptaan visi). Umpan balik (feedback) dari berbagai sumber kegiatan baik untuk jangka pendek, menengah maupun panjang harus dioptimalkan secara terus menerus.

2.4 GATEKEEPER

Istilah *Gatekeeper* pertama kali digunakan oleh Kurt Lewin (1974), seorang ahli psikologi yang menjelaskan tentang perjalanan suatu berita dalam sebuah saluran komunikasi yang dipengaruhi oleh orang tertentu. Istilah ini mengacu pada proses: (1) suatu pesan berjalan melalui berbagai pintu, selain juga pada (2) orang atau kelompok yang memungkinkan pesan lewat. *Gatekeeper* menurut Lewin dapat berarti orang atau sekelompok orang yang dilalui pesan dalam perjalanannya. Dari definisi Lewin tersebut, dapat diambil kesimpulan bahwa *gatekeeper* diibaratkan sebagai “penjaga pintu gerbang”. Gatekeeper harus mengambil keputusan untuk memilih

informasi-informasi dari sumber yang ia dapat. Gatekeeper dapat memilih informasi berdasarkan kebijakan perusahaan ataupun keputusan pribadi.

Teori tentang gatekeeping kemudian dikemukakan lebih dalam oleh David Manning White. White melakukan penelitian terhadap seorang editor sebuah surat kabar. Kiriman informasi yang masuk ke dalam surat kabar tersebut sangat banyak. Sehingga dalam seminggu editor dapat menolak sekitar 90-an kiriman informasi yang masuk. White kemudian menjelaskan bahwa informasi yang masuk dalam sebuah media tidak semuanya dapat lolos. Ada seleksi dari *gatekeeper* yang memungkinkan menolak informasi yang masuk. Informasi yang tidak lolos akan dibuang, dan informasi yang lolos seleksi akan disampaikan ke khalayak.

Fungsi utama gatekeeper adalah menyaring pesan yang diterima seseorang. Gatekeeper membatasi pesan yang diterima komunikan. Seorang gatekeepers dapat memilih, mengubah, bahkan menolak pesan yang disampaikan kepada penerima. Keputusan Gatekeepers mengenai informasi yang harus dipilih atau ditolak dipengaruhi oleh beberapa variabel.

Dalam menyeleksi informasi yang masuk, terdapat beberapa faktor yang memengaruhi pertimbangan *gatekeeper*, diantaranya :

- a. Ekonomi

Kebanyakan media massa di Negara kita mencari keuntungan, misalnya beberapa stasiun radio siaran memberi kesempatan kepada pendengar untuk merespon program acara yang tidak mereka sepakati. Oleh karena itu para pemasang iklan, sponsor, dan kontributor dapat memengaruhi seleksi berita dan editorial.

b. Pembatasan Legal

Yang dimaksud dengan pembatasan legal adalah semacam hukum atau peraturan baik yang bersifat local maupun nasional yang dapat memengaruhi seleksi dan penyajian berita, contohnya peraturan tentang film yang dikategorikan untuk orang dewasa di Televisi harus ditayangkan pada jam-jam tertentu, hukum mengenai pencemaran nama baik dan sebagainya.

c. Batas Waktu (Deadline)

Batas waktu dapat memengaruhi apa yang akan disiarkan. Penjaga gawang membuat pilihan-pilihan mengenai tingkat pentingnya sebuah berita.

d. Etika Pribadi dan Profesionalisme

Etika pribadi dan profesionalisme seorang penjaga gawang juga dapat memengaruhi berita yang akan disiarkan. Sebagai contoh seorang kolumnis keuangan akan memengaruhi harga saham suatu perusahaan lewat tulisannya dan mempersilahkan teman-temannya memperoleh informasi pada saat pracetak tulisannya.

e. Kompetisi

Kompetisi diantara media juga berpengaruh terhadap sebuah berita. Kompetisi atau persaingan demikian cenderung untuk meningkatkan tingkat profesionalisme sehingga dapat menjamin penyajian informasi yang lebih obyektif

f. Nilai Berita

Intensitas suatu berita dibandingkan dengan berita lainnya yang tersedia dalam ruang berita, jumlah ruang dan waktu yang diperlukan untuk menyajikan berita harus diseimbangkan. Di sini penjaga gawang harus menilai pandangan-pandangan pihak lain baik di tingkat lokal maupun nasional.

g. Reaksi terhadap *Feedback* Tertunda

Misalnya, dalam sebuah surat kabar ada ilustrasi kartun bertema politik yang menyinggung suatu kelompok etnik tertentu, kemudian kelompok etnik tersebut menulis surat keberatan atau menuntut permohonan maaf dari media yang bersangkutan.

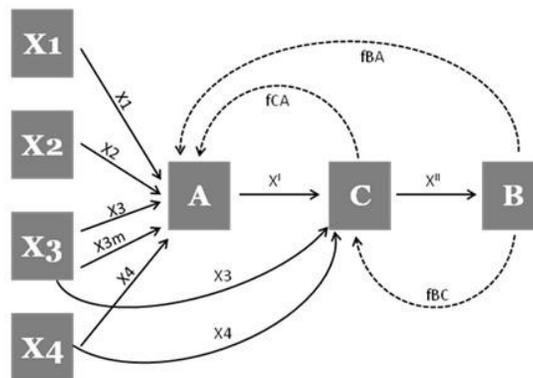
Pada bukunya *Human Relation*. Istilah ini mengacu pada proses: (1) suatu pesan berjalan melalui berbagai pintu, selain juga pada (2) orang atau kelompok yang memungkinkan pesan lewat. Gatekeepers dapat berupa seseorang atau satu kelompok yang dilalui suatu pesan dalam perjalanannya dari sumber kepada penerima. Fungsi

utama gatekeeper adalah menyaring pesan yang diterima seseorang. Gatekeeper membatasi pesan yang diterima komunikan. Editor surat kabar, majalah, penerbitan juga dapat disebut gatekeepers. Seorang gatekeepers dapat memilih, mengubah, bahkan menolak pesan yang disampaikan kepada penerima. Keputusan Gatekeepers mengenai informasi yang harus dipilih atau ditolak dipengaruhi oleh beberapa variabel.

2.4.1 Teori *Gatekeeping*

Westley dan MacLean merupakan peneliti yang model komunikasinya berpengaruh dan banyak digunakan untuk mengungkapkan riset-riset komunikasi massa dengan gambaran yang spesifik. Gambaran model komunikasi dijelaskan dengan situasi gatekeeping. Model ini sangat menekankan peran gatekeeper dalam proses komunikasi massa. Model ini dapat membantu untuk menganalisis dan memahami situasi komunikasi yang kompleks.

Westley and MacLean's Model of Communication



Gambar 1 Teori Gatekeeping

Sumber : <https://www.dictio.id/t/apa-yang-dimaksud-dengan-teori-gatekeeping-dalam-ilmu-komunikasi/4308/2>

X menunjukkan pada peristiwa atau sumber informasi (misalnya, kejadian atau pembicaraan yang dikirim pada audience tertentu), sedangkan A adalah komunikator dalam komunikasi massa yang diperankan oleh reporter. Ia mendeskripsikan kejadian atau pembicaraan tersebut dalam sebuah berita. Sementara itu, C adalah gatekeeper yang diperankan oleh seorang editor yang menghapus, menekankan kembali, atau menambah laporan yang ditulis reporter berdasarkan peristiwa yang diliputnya dengan data lain. Kemudian B adalah audience yang membaca, mendengarkan, atau melihat kejadian yang sudah dilaporkan gatekeeper setelah sebelumnya ditulis oleh reporter. Pembaca bisa merespon editor (fBC) atau reporter (fBA) berkenaan dengan ketepatan atau kepentingan beritanya. Editor bisa juga menyediakan umpan balik kepada reporter (fCA).

Model yang dicetuskan oleh Westley dan MacLean ini merupakan proses produksi berita media massa yang biasa dilakukan dalam ruang redaksi. Dari model tersebut dapat dilihat proses penyampaian berita kepada audience merupakan hasil kerja dari reporter sampai meja redaksi. Semua saluran media massa mempunyai sejumlah gatekeeper. Mereka memiliki banyak peranan dari beberapa fungsi. Mereka dapat menghapus pesan atau bahkan dapat memodifikasi serta

menambah pesan yang akan disebar. Mereka juga dapat menghentikan sebuah informasi dan tidak membuka “pintu gerbang” bagi keluarnya informasi yang lain.

2.5 Radio

Radio adalah sebuah teknologi yang digunakan untuk pengiriman sinyal dengan cara modulasi dan radiasi elektromagnetik (gelombang elektromagnetik). Gelombang ini melintas dan merambat lewat udara dan bisa juga merambat lewat ruang angkasa yang hampa udara, karena gelombang ini tidak memerlukan medium pengangkut (seperti molekul udara). Menurut Onong Uchjana Effendy pengertian siaran radio adalah penyebaran secara elektronik berbagai acara dalam bentuk kata-kata, musik, dan lain-lain yang sifatnya audial (untuk didengarkan) kepada khalayak yang tersebar. Menurut Anwar Arifin, Radio adalah alat komunikasi massa, dalam artian saluran pernyataan manusia umumnya/terbuka dan menyalurkan gelombang yang berbunyi, berupa program-program yang teratur yang isinya aktual dan meliputi segi perwujudan kehidupan masyarakat. Sedangkan menurut H. A. Widjaja, radio adalah keseluruhan sistem gelombang suara yang dipancarkan dari stasiun pemancar dan diterima oleh pesawat penerima dirumah, dimobil, dan lain-lain dan dilepas dimana aja.

Radio merupakan sumber informasi yang kompleks mulai dari fungsi tradisional, radio sebagai penyampaian berita dan informasi, perkembangan ekonomi, pendongkrak popularitas, hingga propaganda politik dan ideologi. Bagi pendengarnya

radio adalah teman, sarana komunikasi, sarana imajinasi, dan pemberi informasi. Pengertian radio pertamanya adalah alat/pesawat untuk mengubah gelombang radio menjadi gelombang bunyi/suara. Sedangkan pengertian lain dari radio adalah gelombang radio yang merupakan bagian dari gelombang elektromagnetik.

2.5.1 Karakteristik Radio

Beberapa karakteristik yang dimiliki radio yang berbeda dengan media massa lainnya, yaitu:

- a. Radio adalah suara (auditori) untuk didengar karena isi siaran bersifat sepiintas lalu dan tidak dapat diulang.
- b. Proses penyebarluasannya atau disampaikan kepada pendengar melalui pemancaran (transmisi).
- c. Mengandung gangguan seperti timbul tenggelam (fading) dan gangguan teknis (channel noise factor)
- d. Theater of Mind. Radio menciptakan gambar dalam imajinasi pendengar dengan kekuatan kata dan suara. Siaran radio merupakan seni memainkan imajinasi pendengar melalui kata dan suara. Pendengar hanya bisa membayangkan dalam imajinasinya apa yang dikemukakan penyiar.
- e. Identik dengan musik. Radio adalah sarana hiburan termurah dan tercepat sehingga menjadi media utama untuk mendengarkan musik. Dalam hal musik,

radio memiliki daya kejutan seketika karena pendengar biasanya tidak tahu lagu apa yang disajikan berbeda dengan memutar kaset yang sudah bisa ditebak urutan lagunya.

Dalam rangka memproduksi siaran perlu diperhatikan sifat-sifat radio seperti teruraikan di bawah ini (Elvinaro, 2007:131) :

a. Auditif

Sifat radio siaran adalah auditif, untuk didengar, maka isi siaran yang sampai ditelinga pendengar hanya sebatas lalu saja, ini berbeda dengan sesuatu yang disiarkan melalui media surat kabar, majalah dan media dalam bentuk tulisan lainnya yang dapat dibaca, diperiksa dan ditelaah berulang kali. Pendengar yang tidak mengerti terhadap suatu uraian yang disampaikan melalui radio tidak mungkin untuk meminta ulang kepada pembicara.

b. Akrab

Radio siaran sifatnya akrab, intim, seorang penyiar seolah-olah berada dikamar pendengar dengan penuh hormat dan cekatan menghadirkan acara-acara yang menggembarakan kepada penghuni rumah, sifat ini tidak dimiliki oleh media lainnya.

c. *Radio is the Now*

Dari nilai aktualitas berita, mestinya radio siaran dibandingkan dengan media massa lainnya adalah yang paling aktual. Selain hitungan waktunya dalam detik, proses penyampaian pesannya lebih simple. Radio siaran juga seringkali melakukan liputan langsung dari tempat kejadian. Dalam radio siaran, dikenal istilah *rewriting to update*.

d. Imajinatif

Dengan hanya indra pendengaran yang digunakan oleh khalayak, dan pesannya pun selintas, maka radio siaran dapat mengajak komunikannya untuk berimajinatif. Dengan kata lain, pendengar radio bersifat imajinatif.

e. Gaya Percakapan

“Keep it smile, Keep it short, Keep it conversational” adalah rumus-rumus penulisan berita radio. Penyampaian pesan kepada khalayak pun harus bergaya percakapan (*conversational style*). Karena menulis naskah radio siaran haruslah sebagaimana kita berbicara kepada khalayak sasaran (*write the way you talk*).

f. Menjaga Mobilitas

Pada umumnya mendengarkan radio sambil melakukan aktivitas lain, seperti: mengendarai mobil, makan, menulis, bahkan berbicara dengan orang lain. Mobilitas pendengar terjaga, karena pendengar tidak meninggalkan pekerjaan ketika mendengarkan radio.

2.5.2 Jenis-Jenis Berita Radio

1. *Spot News*

Secara umum, *spot news* sama dengan *hard news*. Namun, dalam dunia radio *broadcast*, yang dimaksud *spot news* adalah berita pendek yang bersumber dari media lain dan ditulis ulang menjadi naskah berita radio. Bisa pula berupa liputan reporter yang naskahnya (*radio copy*) diolah kembali.

2. *News Insert*

Berarti sisipan berita. *News insert* adalah informasi aktual yang disisipkan di sela-sela program siaran non-berita, misalnya siaran request lagu. *News insert* biasanya disiarkan pada menit atau jam tertentu, bisa pula berupa “*breaking news*”, beritanya yang “memotong” (*to break*) acara yang sedang berlangsung. *News insert* juga dipahami sebagai berita yang dilengkapi dengan sisipan suara narasumber atau petikan wawancara (*sound bite*)

3. *Phone in News*

Berita yang disajikan melalui laporan langsung reporter atau jurnalis via telepon. *Phone in news* juga dipahami sebagai program siaran berita yang mengundang opini/komentar pendengar melalui telepon atau SMS dan sosial media.

4. *News Bulletin*

Buletin berita disebut juga “paket berita” (*package*). Gabungan beberapa berita yang disajikan dalam satu waktu atau program khusus berita.

5. *Talkshow/ChatShow*

Siaran berita yang berupa wawancara khusus dengan sumber informasi (narasumber) di studio tentang topic tertentu.

6. *Live Reporting*

Program siaran langsung, seperti siaran langsung reporter di lokasi peristiwa atau siaran langsung berupa “mengudarakan” sebuah acara diskusi atau seminar dll

Media radio dapat dilihat dari kekuatannya/kelemahannya:

a. Kelebihan Radio

1) Langsung.

Radio adalah satu-satunya media yang memiliki kemampuan menyampaikan isi kandungan program secara langsung. Begitu suara dipancarkan, telinga pendengar langsung menangkap dan mencernanya meski sambil mengerjakan aktivitas apapun.

2) Cepat.

Dari segi penyampaian pesan, radio memiliki kecepatan yang sulit ditandingi oleh media lain. Suatu peristiwa yang terjadi bisa dengan cepat disiarkan oleh stasiun radio.

3) Menciptakan gambar dalam ruang imajinasi pendengar.

Dengan keunggulan suaranya radio memberi pendengar kebebasan berimajinasi. Radio satu-satunya media komunikasi modern yang memiliki kemampuan istimewa dalam menciptakan gambar atau rekaan diruang imajinasi pendengarnya, dengan keunggulan semua kalangan bisa mendengarkan.

4) Tanpa batas.

Radio tidak dibatasi oleh batas geografis maupun demografis. Hanya orang tuna rungu saja yang bisa menikmati. Dengan kemajuan teknologi satelit atau digital, radio bisa dinikmati pendengar diluar jangkauan frekuensi atau radius yang dimilikinya.

5) Tidak banyak pernik.

Dibandingkan media lain, pada peliputan berita radionya cukup satu orang dengan membawa kelengkapan berupa microphone dan sebuah handphone untuk melaporkan sesuatu secara langsung.

6) Hangat dan dekat.

Kendati tidak berhadapan langsung dengan pendengar dan terpisah jarak begitu jauh namun kedekatan dengan penyiar radio bisa terjalin dekat dan akrab.

7) Mendidik.

Radio sangat efektif dipakai sebagai media pendidikan. Apalagi jika jangkauannya luas dan sebagian besar pendengar yang bermukim di wilayah pinggiran yang mungkin belum memiliki sarana pendidikan yang bisa dikemas dengan menarik dan mudah disimak pendengarnya.

8) Memberi manfaat bagi individu dan masyarakat.

Dengan karakternya yang intim dan hangat, radio memiliki kemampuan untuk cepat diakrabi oleh khalayak pendengar yang bisa sebagai tempat mencari informasi.

b. Kelemahan Radio

1) Durasi program terbatas.

Radio siaran dalam setiap programnya dibatasi durasi waktu, setiap program memiliki rentang waktunya masing-masing. Biasanya, maksimal durasi waktu program selama 240 menit atau 4 jam yang terbagi-bagi dalam segmen acara.

2) Sekilas dengar.

Sifat radio adalah audiotori, untuk didengar. Isi pesan atau informasi radio siaran gampang lenyap dari ingatan pendengar, untuk itu pendengar tidak bisa meminta mengulang informasi atau lagu yang sudah disiarkan. Artinya sifatnya sekilas, pesan yang disampaikan tidak rinci dan detail.

3) Mengandung gangguan.

Radio siaran sebagai media massa juga tak lepas dari gangguan yang sifatnya teknis. Karena kekuatan radio siaran adalah bunyi atau suara, maka unsur ini pula yang bisa menjadi kelemahan karena adanya gangguan sinyal, suara terdengar menghilang atau terdapat noise.

4) Non visual.

Radio tidak dapat memperlihatkan visualisasi tentang situasi dalam radio, sosok penyiar maupun narasumber yang akan on-air di radio, berbeda sekali dengan televisi yang mempunyai visualisasi dan audio.

Keuntungan dari radio adalah dapat menjangkau hampir seluruh warga negara dalam masyarakat, setiap waktu, setiap tempat, dan melibatkan siapa saja (bahkan orang buta huruf) serta dimana saja. Pendengar tidak harus tetap berada didepan pesawat radionya, tidak seperti halnya menonton televisi.

2.6 KELAYAKAN BERITA

Menurut Doug Newson dan James A. Wollert dalam *Media Writing : News for the Mass Media* (1985:11) mengemukakan dalam definisi sederhana, berita adalah apa saja yang ingin dan perlu diketahui orang atau lebih luas lagi oleh masyarakat. Dengan melaporkan berita, media massa memberikan informasi kepada masyarakat mengenai apa yang mereka butuhkan. Dengan kata lain, berita bukan hanya menunjuk pada pers atau media massa dalam arti sempit dan tradisional, melainkan juga pada radio, televisi, film, dan internet atau media massa dalam arti luas dan modern. Berita

pada awalnya, memang hanya milik surat kabar. Tetapi sekarang, berita juga telah menjadi „darah-daging“ radio, televisi dan internet.

Menurut JB. Wahyudi, berita adalah laporan tentang peristiwa atau pendapat yang memiliki nilai penting, menarik bagi sebagian khalayak, masih baru dan dipublikasikan secara luas melalui media massa periodik. Peristiwa atau pendapat tidak akan menjadi berita bila tidak dipublikasikan melalui media massa periodik (Harahap, 2007: 4)

Nilai berita menjadi syarat utama sebuah karya jurnalistik., karena di dalam nilai berita inilah terletak kepentingan dan keinginan atau ketertarikan khalayak terhadap karya jurnalistik. Nilai berita yang menjadi tolak ukur layak-tidaknya sebuah peristiwa diliput dan dilaporkan itu adalah:

1. Aktual,

Artinya peristiwa terbaru, terkini, atau hangat (*up to date*), sedang atau baru saja terjadi (*recent events*). Begitu pula pada penyajiannya harus selalu menyajikan berita-berita yang aktual, karena tidak ada gunanya menyajikan berita basi. Kerena bagi media radio, nilai kebaruan merupakan nilai terpenting dan nyawa radio yang menyebabkan dirinya lebih unggul dibanding media komunikasi massa lainnya adalah faktor kesegaran (*immediacy*).

2. Faktual

Yang berarti ada faktanya (*fact*), benar-benar terjadi, bukan fiksi (bukan rekaan, khayalan, atau karangan). Para jurnalis dituntut untuk turun kelapangan sehingga kefaktualan sebuah berita bisa benar-benar terjamin. Perlu dilakukan *check and recheck* atau melakukan konfirmasi sebelum menulis berita, juga harus jeli supaya penulisan deskripsi berita bisa tersaji dengan baik. Fakta itu sendiri muncul bisa dari sebuah kejadian nyata (*real event*), pendapat (*opinion*), dan pernyataan (*statement*). Dan fakta berita yang didapat dari sebuah peristiwa harus memiliki unsur 5W+1H (*What* = apa yang terjadi, *Who* = siapa yang terlibat dalam kejadian, *Why* = mengapa hal itu terjadi, *Where* = dimana kejadiannya, *When* = kapan terjadi, dan *How* = bagaimana proses terjadinya).

3. Penting

Berita penting meliputi besar-kecilnya ketokohan orang yang terlibat peristiwa (*prominence*). Peristiwa yang melibatkan orang penting selalu menarik perhatian orang. Tokoh, pejabat, politisi, atau sosok ternama lainnya dan besar-kecilnya dampak peristiwa pada masyarakat (*consequences, magnitude*). Artinya, peristiwa itu menyangkut kepentingan orang banyak atau berdampak pada masyarakat.

4. Menarik

Yaitu memunculkan rasa ingin tahu dan minat pendengar, antara lain peristiwa yang bersifat menghibur, mengandung keganjilan, memiliki unsur

kedekatan (*proximity*) dengan pendengar secara geografis atau emosional, mengandung *human interest* dan konflik.

- a. Menghibur, yakni peristiwa lucu atau mengandung unsur humor yang menimbulkan rasa ingin tertawa atau minimal tersenyum.
- b. Mengandung keganjilan. Peristiwa yang penuh keanehan, keluarbiasaan, atau ketidak laziman.
- c. Memiliki unsur kedekatan (*proximity*). Peristiwa yang dekat baik secara geografis maupun emosional. Kedekatan geografis adalah soal jarak tempat peristiwa dengan tempat tinggal mayoritas pendengar. Sedangkan emosional artinya kedekatan pribadi, misalnya hubungan keluarga, kesukuan, kebangsaan.
- d. Mengandung *human interest*, yakni peristiwa yang menyentuh emosi, menggugah perasaan, atau membangkitkan simpati.
- e. Konflik, pertentangan, dan ketegangan. Misalnya peperangan atau perpecahan. (Romli, 2004:62).

Selain nilai berita, salah seorang ahli bernama Chanrley menilai berita berdasarkan kriteria kualitas. Menurut Charnley, standar kualitas berita yang baik dapat dilihat dari:

a. Accurate

Semua informasi telah diverifikasi atau diuji kebenaran datanya sebelum disiarkan.

b. Properly Attributed

Narasumber dari berita yang diliput memiliki kapabilitas untuk memberikan pernyataan atau keterangan.

c. Balanced and Fair

Isi berita seimbang, artinya tidak memihakpihak manapun. Hal ini dapat dilihat dari pemilihan narasumber. Narasumber dipilih dari pihak pro dan kontra, tidak hanya salah satu.

d. Objective

Berita harus ditulis secara objektif, artinya tidak ada unsur opini dari wartawan. Wartawan menulis berita berdasarkan fakta yang ada.

e. Brief and Focused

Berita disusun secara singkat, padat dan langsung pada poinnya.

f. Well Written

Berita ditulis dengan baik, alurnya jelas, terarah, dan menarik.

Selain itu, ada yang perlu dipenuhi dalam menyeleksi kelayakan sebuah berita untuk dipublikasikan, yaitu unsur kelengkapan formula berita, yakni 5 W + 1 H. Who yakni subyek berita, when yakni waktu peristiwa itu terjadi, where yakni tempat terjadinya peristiwa, what menjelaskan peristiwa apa yang sedang terjadi, why menjelaskan sebab terjadinya sebuah berita dan how menjelaskan bagaimana sebuah peristiwa dapat terjadi.

2.7 CITIZEN JOURNALISM (JURNALISME WARGA)

Secara etimologi (asal usul kata), jurnalistik berasal dari bahasa latin dari kata “*diurnal*” yang berarti harian atau setiap hari. Atau “*journalistiek*” dalam bahasa Belanda dan “*journalism*” yang artinya ilmu, seni dan keterampilan dalam penyajian atau penyampaian informasi tentang peristiwa aktual dengan menggunakan media komunikasi massa tercetak atau elektronik. Jadi jurnalisme adalah kegiatan mengumpulkan, menulis, mengedit, menerbitkan berita melalui koran dan majalah, atau memancarkan berita melalui radio dan televisi. Sedangkan yang melakukan kegiatan jurnalisme disebut jurnalis atau wartawan.

Menurut Kamus Besar Bahasa Indonesia, warga artinya anggota, perkumpulan dan lainnya sebagainya. Sedangkan dalam Ensiklopedia Indonesia, warga berarti individu atau orang perorang yang mempunyai ikatan dan tergabung dalam satu komunitas atau wadah (keluarga, organisasi, negara dan lain sebagainya).

Maka dari itu *Citizen Journalism* atau yang bisa disebut Jurnalisme Warga adakah kegiatan partisipasi aktif yang dilakukan oleh masyarakat dalam kegiatan pengumpulan, pelaporan, analisis serta penyampaian informasi dan berita. Sedangkan menurut Shayne Bowman dan Chris Willis mendefinisikan *citizen journalism* sebagai “...*the act of citizens playing an active role in the process of collecting, reporting, analyzing and disseminating news and information*”. Citizen Journalism adalah pranata yang dalam kenyataan menjalankan fungsi-fungsi seperti menyampaikan

informasi dan melakukan kritik sosial dan lain sebagainya berdasar atas asas dan kaidah etik untuk mewujudkan tanggung jawab sosial dan taat pada hukum.

Dalam bukunya, Pepih Nugraha memaparkan pendapat Dan Gillmor, jurnalis dan kolumnis di Amerika, yang mencoba merunut awal dari berkembangnya *citizen journalism*. Menurut pendapat Gillmor, kegiatan warga biasa yang melaporkan suatu peristiwa atau menyampaikan gagasannya melalui media sudah dimulai sejak akhir tahun 1700-an. Namun Gillmor tidak menyebutkan kegiatan tersebut sebagai *citizen journalism*. Gillmor hanya menyebut kegiatan itu sebagai awal dari kegiatan warga yang melaporkan berita. Istilah *citizen journalism* atau jurnalisme warga sendiri mulai menyebar luas saat situs *ohmynews.com* pada tahun 2000-an di Korea Selatan menjadi sorotan banyak orang, termasuk pengamat media.

Dikutip dari penelitian Nurul Hasfi Wijaya, seorang ahli media bernama Stive Outing yang sering menulis di *pointer.org* mengkategorikan *citizen journalism* ke dalam 11 lapisan:

- a. Membuka ruang untuk komentar publik, dimana pembaca bisa bereaksi, memuji, mengkritik, atau menambahkan bahan tulisan jurnalis professional yang pernah diterbitkan. Ini bisa dikenal sebagai ruang “surat pembaca”
- b. Menambahkan pendapat masyarakat sebagai bagian dari artikel yang ditulis jurnalis professional. Biasanya terdapat kontribusi pendapat dari luar jurnalis, dimana foto kontributor akan ikut diterbitkan.

- c. Kolaborasi antara jurnalis professional dengan non professional yang memiliki kemampuan dalam bidang yang dibahas, sebagai bantuan dalam memeriksa keakuratan artikel. Terkadang professional non jurnalis ini dapat menjadi kontributor tunggal yang menghasilkan artikel.
- d. *Bloghouse*, sebuah website yang mengundang pembaca untuk ikut membaca.
- e. *Newsroom citizen “transparency” blogs*, yaitu blog yang disediakan untuk transparansi organisasi sebuah media, dimana pembaca dapat memasukkan keluhan, kritik, saran, dan pujian pada media tersebut.
- f. *Stand-alone citizen journalism site* : melalui proses editing
- g. *Stand-alone citizen journalism site* : tanpa melalui proses editing
- h. *Stand-alone citizen journalism website* dengan tambahan edisi cetak
- i. *Hybrid : Pro+Citizen Journalism*. Suatu kerja organisasi media yang menggabungkan jurnalis professional dengan jurnalis warga. Disini ada peran editor yang menilai dan memilih berita yang akan diangkat ke halaman utama. Kontribusi berita tidak otomatis diterima. Berita yang masuk tersaring lagi sebagai berita yang akan menjadi topik utama. Contoh jenis ini adalah *ohmynews.com*
- j. Penggabungan antara jurnalis professional dengan jurnalis warga dalam satu atap, dimana website membeli tulisan dari jurnalis professional dan menerima tulisan jurnalis warga

- k. Model wiki, yaitu pembaca sekaligus sebagai editor. Setiap orang dapat menulis artikel, dan memberi tambahan atau komentar terhadap artikel yang terbit.

Di negara asalnya AS, *Citizen Journalism* berkembang dan diakui masyarakat karena pada beberapa kasus blog milik seorang *netizen* justru lebih mendapat perhatian daripada media konvensional. Misalnya saja *wonkette.com* yang mendapat kunjungan 1 juta hit per hari melebihi *audience* harian nasional Pundit (Wood & Smith, 2005, p. 133-134).

2.7.1 Manfaat *Citizen Journalism*

Berbagai perkembangan cara berkomunikasi yang mengalami evolusi seperti surat kabar, televisi, dan radio yang sudah mulai menggunakan internet. Dengan hadirnya internet tentu saja perubahan-perubahan terjadi dimana-mana, termasuk bagaimana cara penyampaian berita. Penyebaran informasi sudah bisa dilakukan siapa saja, kapan saja, apa saja, dengan cara apa saja, dan dimana saja. Masyarakat yang dulu dianggap sebagai penonton saja atau konsumen media, sekarang sudah bisa menjadi jurnalis. Menurut Nurudin (2009:219) manfaat dari fenomena *citizen journalism* ini adalah :

- a. *Citizen journalism* yang mendorong terciptanya iklim demokratisasi.

Dengan hadirnya internet sebagai media online sekarang ini yang membuat setiap orang mudah memudahkan mencari informasi tanpa sistem yang terikat.

Kebebasan dalam mengambil informasi ini secara langsung mendukung gerakan terciptanya iklim demokrasi. Sebagai contoh ketika setiap warga dengan bebasnya membuat *blog* sendiri dengan tujuan untuk memberikan informasi kepada orang lain atau hanya untuk kesenangan pribadi. Tentu saja dalam tulisan *blog* tersebut memiliki etika tersendiri.

- b. Citizen journalism memupuk budaya tulis dan baca masyarakat.

Di Indonesia sendiri budaya tulis dan baca memang belum sepenuhnya berjalan. Dengan kegiatan *citizen journalism* ini, terutama dalam kemampuan menulis akan dapat terasah dengan baik. Budaya tulis dan baca jika dikembangkan akan menjadi budaya yang mencerdaskan bangsa.

- c. Mematangkan terciptanya *public sphere* (ruang publik) di masyarakat.

Masyarakat sekarang dapat berdiskusi dengan bebas melalui banyak cara, seperti pada forum-forum, blog, ataupun melalui media sosial dimana tidak ada aturan atau larangan tertentu yang mengikat. Warga bebas menulis tentang informasi apapun yang mereka inginkan.

- d. *Citizen journalism* juga dapat dimanifestasi sebagai fungsi *watch dog* atau kontrol sosial.

Ketika kekuasaan sudah tidak bisa terkontrol secara efektif lagi, maka media online seperti blog, forum-forum ataupun media sosial dapat memberikan tambahan informasi untuk melakukan kontrol atas ketimpangan masyarakat. Hal ini disebabkan

media utama seperti televisi, radio, surat kabar, dan majalah sarat dengan berbagai aturan yang melingkupinya sehingga tidak semua informasi diinformasikan.

Citizen Journalism sendiri memiliki keterkaitan dengan New Media Theory yang dikemukakan Denis McQuail (2000). Ia memperlihatkan adanya empat kategori media baru yang juga menjadi sifat dari *Citizen Journalism* diantaranya,

(1) Media komunikasi interpersonal, seperti telepon (yang semakin hari semakin bersifat mobile bahkan bisa terkoneksi internet) dan email

(2) Media interaktif, contohnya semua perangkat lunak yang ada di komputer dan *video games*

(3) *Information search media*, contoh yang paling relevan adalah internet (www) yang merupakan sebuah perpustakaan dunia maya. Termasuk didalamnya adalah google.com, yahoo.com, msn.com. aol.com. Teknologi baru ini memungkinkan *audience* untuk aktif dan menjadi subyek sementara teknologi menjadi obyeknya

(4) *Collective participatory media*. Contohnya adalah penggunaan internet untuk sharing dan bertukar informasi, ide, pengalaman dan mengembangkan hubungan berbasis internet.

Disinilah letak obyek penelitian yaitu *Citizen Journalism* berada. *Citizen Journalism* bahkan telah meruntuhkan teori agenda setting, karena *Citizen Journalism*

menjadi penentu arah perkembangan isu, bahkan peran *gatekeeping* dan editing tidak lagi berada di *editor* (mainstream media) namun pada *user*.

Dennis McQuail (2000) juga mengatakan bahwa media baru membuka kesempatan komunikasi yang lebih besar untuk demokrasi. Hal inilah yang menjadi kunci konsep *Citizen Journalism* yang pada dasarnya digunakan untuk komunikasi langsung antara *citizen* (warga) dengan negara yang selama ini dijembatani oleh mainstream media yang menyebut dirinya dari pilah ke-4 demokrasi. Lebih jauh *Citizen Journalism* membuka forum terbuka bagi interaksi antar warga negara dan menjalankan fungsi advokasi dan *watchdog* yang selama ini didominasi oleh media konvensional. Fungsi *watchdog* memungkinkan warga untuk mengawasi kinerja pemerintah untuk memastikan bahwa pemerintah bekerja untuk kepentingan masyarakat luas. Hal itu senada juga dikemukakan oleh pencetus *Citizen Journalism* yaitu Bowman and Willis yang mengatakan bahwa: "*The intent of this participation is to provide independent, reliable, accurate, wide-ranging and relevant information that a democracy requires*".

BAB III

GAMBARAN OBJEK PENELITIAN

3.1 SEJARAH RADIO SUARA SURABAYA

11 Juni 1983 FM 100,55 MHz, mengudara bersamaan dengan momentum Gerhana Matahari Total, dari lokasi di kawasan berbukit jalan Wonokitri Besar no. 40. SUARA SURABAYA dengan format 'Radio News atau Informasi' dan bermotto FM NEWS & MUSIK HIT. Tahun 2004 bergeser ke frekuensi ke FM 100.

Tahun 1985 mengembangkan 'Tim Reporter, 1988 Tim Redaksi' NEWS DEPT dan ketika tahun 1995 dikembangkan Konsep Interaktif dan dibentuk 'Tim Redaksi Interaktif atau GATEKEEPER dan motto diubah menjadi NEWS – INTERAKTIF – SOLUTIF

Tahun 2000 Suara Surabaya mengembangkan diri memasuki era Cyberspace : [www. suarasurabaya.net](http://www.suarasurabaya.net). Akhir 2002, meluncurkan majalah bulanan mosaik, majalah Informasi Jawa Timur kini menjadi M-Comm dengan Surabaya City Guide sebagai salah satu produknya. Tahun 2003 GIGA|FM 99.6 yang kemudian berubah menjadi SHE Radio tahun 2011. Tahun 2007 MajaFM 100.7 menjadi bagian dari SUARA SURABAYA MEDIA.

Tahun 2008 mengembangkan konvergensi dengan video streaming, 2009 membuat fanspage E-100, 2010 tampil di @SSF100 dan Mobile broadcast di blackberry, 2012 mengembangkan mobile application di Android dan iOS.

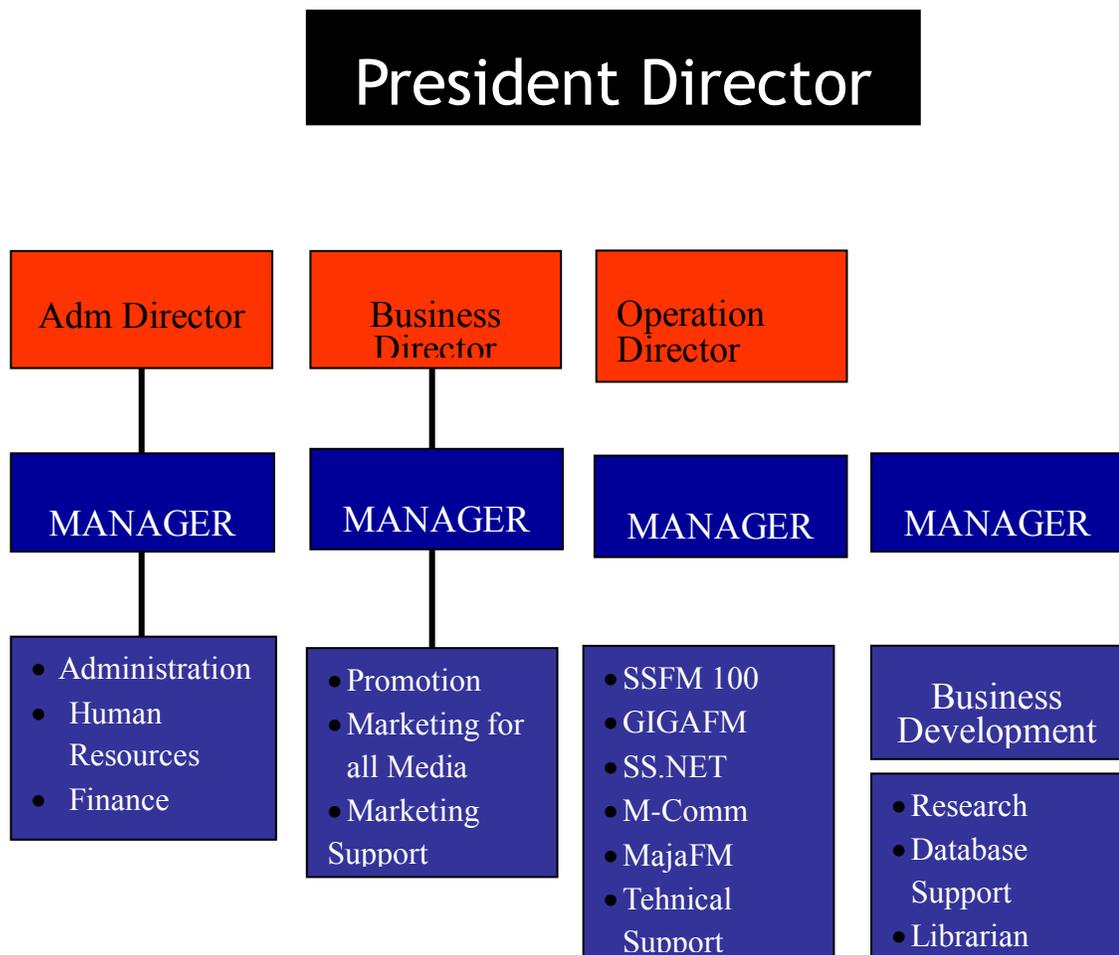
3.2 ALAMAT DAN LOKASI RADIO SUARA SURABAYA

Jl. Wonokitri Besar 40 C Surabaya 60256

Telp. (031) 5683040 Fax. (031) 5683733

Website : www.suarasurabaya.net

3.3 Struktur Organisasi Radio Suara Surabaya



Sumber : Berkas Pribadi Radio Suara Surabaya

Struktur Organisasi radio Suara Surabaya media merupakan struktur lini atau garis, dimana semua bawahan bertanggung jawab langsung pada garis wewenang yang ada. Dalam kegiatan sehari-hari melibatkan banyak unit yang ada antara lain struktur organisasi maupun diluar struktur organisasi dan merupakan bagian yang saling bergantung yang tidak dapat dipisah-pisah dalam kegiatan operasional siaran maupun pemasaran.

3.4 VISI, MISI, DAN LOGO RADIO SUARA SURABAYA

A. Visi Radio Suara Surabaya

Radio Suara Surabaya memiliki visi dalam menjalankan perusahaannya yaitu adalah sumber pemberdayaan dan kegiatan demokratisasi masyarakat, melalui usaha kegiatan media massa yang mengikuti perkembangan teknologi komunikasi dan telekomunikasi.

B. Misi Radio Suara Surabaya

Selain visi, adapun misi dari radio Suara Surabaya antara lain:

1. Suara Surabaya, perusahaan media massa yang dituntut berkembang dengan mengandalkan kemajuan teknologi komunikasi dan telekomunikasi. Suara Surabaya, sentra informasi tentang Surabaya dan Jawa Timur.
2. Suara Surabaya menyelenggarakan berbagai kegiatan pemberdayaan proses demokratisasi masyarakat.

3. Suara Surabaya, sumber kehidupan dan kesejahteraan seluruh unsur karyawan yang bekerja untuk kemajuan bersama.

C. Logo Radio Suara Surabaya



Gambar 2 Logo Radio Suara Surabaya

Sumber : https://id.wikipedia.org/wiki/Berkas:SSFm_Logo.png

Nilai Suara Surabaya Media

- ✓ Soliditas antar unit sebagai kesatuan bisnis
- ✓ Sikap dan Etos menghasilkan yang terbaik
- ✓ Memiliki Integritas dan Independensi
- ✓ Efisien dan Efektif
- ✓ Dedikasi terhadap profesi
- ✓ Inovatif dan Kreatif dalam berkarya
- ✓ Aktif dan Selalu Mengembangkan diri

Selain VISI, MISI & NILAI

- **Setiap personal harus mengembangkan Budaya ;**
 - ✓ *Passion for Knowledge*, setiap personal SS|Media harus selalu haus akan knowledge baru.
 - ✓ *Passion for Business*, setiap personal SS|Media harus punya sense of business yang tinggi dan memiliki jiwa entrepreneur dalam melihat setiap opportunity.
 - ✓ *Passion for services*, setiap personal SS|Media harus memiliki jiwa melayani baik internal maupun eksternal customer. Bukan sekedar melayani tapi juga harus bisa membuat sensasi yang tidak mudah dilupakan oleh customer kita.
 - ✓ *Passion for People*, setiap personal SS|Media harus memiliki keseimbangan antara intelektual, emotional, dan spiritual competence.

3.5 Program Radio Suara Surabaya

Radio Suara Surabaya memiliki banyak program unggulan di radio. Salah satu program unggulan Suara Surabaya FM adalah Program Kelana Kota. Dalam Program kelana kota ini setiap informasi dan pengemasannya secara variasi dengan sedikit lagu. Seperti Berita, Interview, Talkshow Interaktif, dan News Insert. Dalam Kelana

Kota juga diisi Talk Show Interaktif. Program Talk Show dari hari senin pukul 12.00 siang adalah Program Healty Life Style. Program ini dengan talk show interaktif non pariwisata. Sedangkan Selasa pukul 19.00 adalah program Klinik Psikologi. Rabu pukul 19.00 Program Muda Luar Biasa (Anak Muda Berprestasi). Hari Kamis pukul 19.00 Program Lazuardi (Diskusi Topik Spiritual, Agama , Nilai, Idealis). Selain itu juga ada jaring radio setiap hari senin-sabtu, pukul 08.00, 17.00, dan 20.45.

Selain Talk Show Non Pariwisata, ada juga Talk Show Pariwisata. Untuk acara Talk Show Pariwisata dari hari senin pukul 15.00 dan 19.00 sedangkan selasa sampai minggu pukul 12.00, 15.00 dan 19.00 . Selain Acara Talk Show juga ada acara Memoralibia yaitu lagu – lagu nostalgia setiap hari Jumat dan Minggu pukul 19.00-22.00. Ada juga Acara Jazz Traffic (Full Music Jazz) hari senin – kamis pukul 22.00-24.00 . Program Musik Klasik hari minggu pukul 22.00-24.00. Sementara itu target Pendengar Radio Suara Surabaya adalah pendengar dengan usia 20 sampai 45 tahun. Pendidikan minimal Sarjana.

BAB IV

PENYAJIAN DAN ANALISIS DATA

4.1 Standar Kelayakan Berita Radio Suara Surabaya dalam Memverifikasi

Kelayakan Berita Citizen Journalism

Penyajian yang ditulis adalah hasil wawancara mengenai strategi radio Suara Surabaya dalam memverifikasi kelayakan berita *Citizen Journalism* yang telah penulis lakukan kepada pihak Gatekeeper Radio Suara Surabaya (Adit Jufriansyah, 23/4/2019).

Saat ini banyak sekali media massa maupun media online yang melibatkan *citizen journalism* dalam produksi penyiaran berita mereka, salah satunya radio Suara Surabaya. Sebagai radio yang berbasis informasi dan berita, dalam penyiarannya radio Suara Surabaya sudah terbilang cukup lama melibatkan *citizen journalism* ketika belum *booming* seperti sekarang. Sejak tahun 1994 radio Suara Surabaya sudah melibatkan *citizen journalism* dalam program kelana kota. Dengan melibatkan *citizen journalism* maka sebuah media tersebut perlu melakukan proses verifikasi kelayakan berita sebelum disiarkan, termasuk radio Suara Surabaya.

Terdapat beberapa hal yang perlu dilakukan oleh *gatekeeper* atau orang yang melakukan tugas verifikasi agar berita tersebut dikatakan layak untuk disiarkan. Di radio Suara Surabaya terdapat 4 orang *gatekeeper* dalam 1x *shift* kerja. 4 orang tersebut bertanggung jawab memverifikasi kelayakan berita *citizen journalism*,

menulis berita-berita tersebut ke dalam *track record* bersamaan dengan data *citizen journalism* tersebut dan memberikannya kepada program *director* untuk disiarkan oleh penyiar.

Dalam memverifikasi beritanya, radio Suara Surabaya memiliki standar kelayakan berita yang dikirim citizen journalism untuk di proses kelayakan beritanya. Standar kelayakan berita radio Suara Surabaya yaitu berita harus **aktual, faktual, penting, dan menarik**. Yang pertama berita harus **aktual**, artinya berita yang sifatnya terbaru, hangat, dan tepat waktu, maksudnya berita tersebut akan cepat basi jika tidak segera disiarkan. Nilai aktual ini sesuai dengan karakter radio yang dengan mudah menyiarkan berita lewat udara yang diterima melalui suara. Tidak seperti media massa lain yaitu televisi dan media cetak yang perlu persiapan khusus dalam menyiarkan beritanya. Nilai aktual ini pun dapat membantu radio khususnya radio Suara Surabaya menjadi terdepan dalam penyiaran berita sebelum media massa lain. Nilai aktual biasanya terdapat pada berita-berita peristiwa misalnya kecelakaan, kebakaran, bencana yang mana berita yang paling banyak dikirim oleh citizen journalism.

Nilai yang kedua yaitu **faktual**. Faktual berarti fakta yang terjadi. Dalam hal ini, fakta yang dimaksud bukan rekaan, khayalan atau karangan, seorang citizen journalism mengetahui betul apa yang terjadi dan memang berada di TKP, bukan berdasarkan katanya. Faktual adalah nilai berita yang paling utama di sebuah berita sebab merupakan inti dari berita tersebut. Fakta sebuah berita terdiri dari data yang

terurai dalam unsur 5W+1H, yakni *what* (apa yang terjadi), *where* (dimana atau tempat kejadian), *when* (kapan atau waktu kejadian), *who* (siapa yang terlibat dalam kejadian), *why* (mengapa atau penyebab kejadian itu terjadi), dan *how* (bagaimana kejadian itu terjadi).

Namun di radio Suara Surabaya, diperbolehkan jika *citizen journalism* mengirimkan berita dengan unsur “apa” dan “dimana” saja, sebagai informasi awal. Hanya dengan unsur apa dan dimana, radio Suara Surabaya sudah bisa melakukan proses verifikasi dan menyiarkannya, sebab di radio Suara Surabaya sistem berita yang disiarkan yaitu secara bertahap. Walaupun beritanya belum lengkap, dapat meng-*update* berita tersebut di waktu berikutnya setelah data baru di dapatkan. Menurut informan peneliti Adit Jufriansyah, cara ini merupakan cara yang dinamis, karena radio Suara Surabaya tidak ketinggalan menyiarkan sebuah berita jika berita itu bersifat aktual meskipun hanya informasi awal, sekaligus tidak membuat suatu berita yang dilaporkan berlalu begitu saja, mengingat bahwa radio merupakan media massa yang berupa suara.

“Kalau beritanya penting sekali yang berpengaruh dengan masyarakat, 1 berita bisa kita update sampai 5 kali lebih, tapi kalau beritanya penting saja mungkin 2 sampai 3 kali updatenya. Media kita kan radio yang hanya menggunakan suara ya, jadi kita merasa aman aja jika berita yang disiarkan itu hanya sekilas masuk telinga tapi tidak membekas, karena berita yang diverifikasi udah pasti kita anggap penting.” (Adit Jufriansyah, Gatekeeper - 23/04/2019)

Selanjutnya standar kelayakan yang ketiga adalah berita harus **penting**. Berita penting meliputi *prominence* yaitu suatu kejadian yang memuat berita mengenai orang-orang penting dan *impact* yaitu suatu kejadian yang dapat memberikan dampak terhadap orang banyak, dan *magnitude* yakni suatu kejadian yang memiliki pengaruh banyak bagi public atau masyarakat luas. Sebagai radio yang berbasis berita dan informasi, berita yang memiliki poin *prominence* di radio Suara Surabaya lebih kepada tokoh-tokoh penting dalam dunia pemerintahan seperti walikota, gubernur, pejabat, menteri maupun Presiden, bukan berita mengenai tokoh penting seperti artis. Namun karena radio ini berlokasi di Kota Surabaya, maka berita mengenai tokoh penting yang memiliki kepentingan di Surabaya termasuk dalam berita yang dapat lulus standar kelayakan, sekalipun berita selebriti. Selanjutnya berita penting yang meliputi *impact* di radio Suara Surabaya sangat diperhatikan karena radio Suara Surabaya tidak ingin hanya memberikan edukasi lewat berita, namun harus memiliki dampak bagi masyarakat untuk kearah yang lebih positif.

“di radio SS kita gamau nih misal orang denger berita kemalingan atau rampok di daerah tertentu terus berdampak negatif misalnya takut lewat situ. Makanya di radio SS berita yang negatif tadi harus tetap berdampak positif, kalo sama contoh yang tadi ya kita buat dampak positifnya lebih kepada para pendengara, bukan ke daerah tersebut.” (Adit Jufriansyah, Gatekeeper - 23/04/2019)

Standar kelayakan yang terakhir adalah berita harus **menarik**. Berita yang menarik merupakan berita yang dapat memunculkan rasa ingin tahu dan minat pendengar berupa berita yang luar biasa (*the unusual*), berita yang mengandung

human interest, serta berita yang memiliki nilai kedekatan dengan masyarakat (*proximity*). Berita yang luar biasa (*the unusual*) ini dimaksudkan berita yang tidak biasa terjadi dalam kehidupan sehari-hari, kejadian yang keanehan, dan keluarbiasaan. Berita-berita seperti ini biasanya berita-berita yang sifatnya *soft news* seperti keunikan dekorasi sebuah restoran. Meskipun radio Suara Surabaya radio yang berbasis berita dan informasi, namun tidak semua berita yang disiarkan bersifat *hard news* atau berita-berita yang memiliki konten yang berat. Namun di radio Suara Surabaya porsi siarnya lebih sedikit dibandingkan dengan porsi siaran berita *hard news*. Di radio Suara Surabaya berita menarik selanjutnya yang disiarkan adalah berita yang mengandung sisi *human interest*. Berita yang menyentuh hati dan emosi merupakan konten berita yang dibutuhkan masyarakat. Selain berita yang menghibur, berita yang mengandung sisi *human interest* menarik untuk disiarkan sebab dapat membangun simpati pendengar yang notabene berada di tengah-tengah publik.

Kemudian berita menarik yang terakhir yaitu berupa berita yang memiliki unsur kedekatan (*proximity*). Radio Suara Surabaya berupaya menyajikan berita yang dibutuhkan masyarakat, poin *proximity* ini termasuk dalam berita dibutuhkan masyarakat. Masyarakat cenderung lebih tertarik dengan berita yang dekat dengan mereka ataupun yang berkaitan dengan tempat tinggal mereka daripada di tempat lain. Contohnya berita yang menyangkut kepentingan masyarakat yaitu kemacetan, kecelakaan, kebakaran, dll. Tidak hanya mengenai peristiwa, kejadian kemalingan atau kehilangan dan berita-berita yang bersifat informatif yang kejadiannya dekat

dengan masyarakat tersebut. Radio Suara Surabaya sebagai media pelayanan publik lebih mengedepankan berita yang menjadi kepentingan masyarakat khususnya yang dekat dengan mereka karena berita-berita seperti itu yang menarik dan dibutuhkan masyarakat.

Standar kelayakan berita diatas merupakan standar yang digunakan radio Suara Surabaya dalam memverifikasi kelayakan berita citizen journalism. 4 standar kelayakan yang digunakan sesuai dengan perspektif dan nilai berita jurnalistik terlihat bahwa 4 standar kelayakan tersebut seperti yang tertulis di buku *Broadcast Journalism: Panduan Menjadi Penyiar, Reporter & Scrip Writer*. Dalam perspektif jurnalistik, berita memiliki banyak poin agar dikatakan layak untuk disiarkan, namun 4 poin standar kelayakan berita yang digunakan radio Suara Surabaya yaitu aktual, faktual, penting dan menarik menjadi keutamaan kelayakan berita.

Standar kelayakan berita perlu dilakukan dalam proses verifikasi berita *citizen journalism* karena *citizen journalism* tidak memiliki bekal ilmu jurnalistik yang cukup, tidak seperti jurnalis professional. Semua orang dapat meliput dan melaporkan berita, namun tidak semua orang mengerti apa yang harus ada diberita dan tidak. Walaupun citizen journalism tidak memiliki bekal ilmu mengenai jurnalistik, tetapi radio Suara Surabaya memiliki tujuan tersendiri melibatkan citizen journalism dalam produksi beritanya.

“CJ itu cara yang efektif kita untuk mendapatkan suatu berita. Dengan adanya berita dari CJ, berita yang kami dapat dan siarkan lebih bervariasi

dan beragam. Kita juga dapat melihat sudut pandang masyarakat akan suatu hal atau masalah.” (Adit Jufriansyah, Gatekeeper - 23/04/2019)

Seperti yang informan peneliti katakan, radio Suara Surabaya merasa terbantu dengan adanya citizen journalism karena berita yang disiarkan menjadi lebih cepat dan tepat. Adapun tujuan radio suara Surabaya melibatkan citizen journalism antara lain :

1. Menjadikan radio suara Surabaya sebagai media bagi ruang publik untuk menyuarakan aspirasinya
2. Membuka wadah bagi mereka yang ingin berkontribusi ke radio Suara Surabaya dalam bidang jurnalistik
3. Menampilkan berita dari sudut pandang yang berbeda dan bervariasi.

Dari awal sampai sekarang, perkembangan *Citizen Journalism* di radio Suara Surabaya pun semakin bertambah, terutama pada era zaman millennial seperti sekarang yang media lain baru mulai melibatkan *Citizen Journalism*. Maka dari itu media massa yang melibatkan *citizen journalism* harus melakukan proses verifikasi karena *citizen journalism* tersebut tidak mengetahui banyak berita yang seperti apa yang layak untuk disiarkan. Dalam proses memverifikasinya pun, radio Suara Surabaya memiliki strategi agar proses verifikasi tersebut lebih efisien dan maksimal.

4.2 Strategi Radio Suara Surabaya dalam Memverifikasi Kelayakan Berita Citizen Journalism?

Di sebuah perusahaan, perlu adanya strategi guna mempermudah dan bertindak efisien agar proses yang dilakukan mendapatkan hasil yang maksimal. Radio Suara Surabaya mempunyai strategi yang dilakukan dalam memverifikasi kelayakan berita yang dikirim *citizen journalism*. Strategi yang peneliti terapkan dalam penelitian ini adalah perencanaan dan pelaksanaan tindakan yang akan dilaksanakan oleh sebuah organisasi untuk mencapai beberapa tujuan dan sasaran. Oleh karena itu perencanaan memverifikasi berita *citizen journalism* yaitu menjaga hubungan dan kepercayaan masyarakat dengan baik sebagai ruang publik dan proses verifikasi yang mudah dan sesuai dengan perspektif jurnalistik. Sedangkan pelaksanaan verifikasi kelayakan berita *citizen journalism* antara lain:

1. Tahap berita diseleksi berdasarkan standar kelayakan berita
2. Tahap konfirmasi
3. Tahap kriteria spesifikasi berita yang layak disiarkan
4. Tahap eksekusi.

4.2.1 Perencanaan Verifikasi Kelayakan Berita *Citizen Journalism*

Radio Suara Surabaya merupakan satu-satunya radio terverifikasi yang diberikan oleh KPI di Jawa Timur . Dengan status terverifikasi tersebut pun didapat atas kepercayaan masyarakat terhadap radio Suara Surabaya menjadi ruang publik bagi masyarakat yang mana sebagai perencanaan dalam memverifikasi kelayakan berita *citizen journalism*. Jurgen Habermas menjelaskan bahwa ruang publik merupakan media untuk mengkomunikasikan informasi dan juga pandangan.

Kemudian menurut Murdock (1992) prinsip dasar ruang publik meliputi kebutuhan dalam masyarakat demokratis adalah kemampuan setiap warga negara mengakses informasi, kemudahan untuk mengakses informasi dari luar (inilah awal kebutuhan akan media sebagai ruang publik), fasilitasi warga untuk mampu mengekspresikan aspirasi melalui media serta dukungan untuk pengembangannya

Dari penjelasan Murdock tersebut, radio Suara Surabaya menerapkan prinsip dasar yang kedua dan terakhir yaitu kemampuan setiap warga negara mengakses informasi, kemudahan untuk mengakses informasi dari luar dan memfasilitasi warga untuk mampu mengekspresikan aspirasi melalui media massa yaitu radio. Namun mengekspresikan disini tidak hanya aspirasi atau opini, namun informasi dan berita yang penting dan dibutuhkan oleh khalayak lain. Dengan membuka ruang publik, radio Suara Surabaya otomatis menjalin hubungan dengan masyarakat yang berbuah kepercayaan dalam memanfaatkan ruang publik tersebut. Dengan kepercayaan yang diberikan pun radio Suara Surabaya memanfaatkannya dengan melibatkan masyarakat untuk turut andil berpartisipasi dalam melaporkan berita dan menggunakan ruang publik tersebut sebagai *Citizen Journalism*.

“menjalin hubungan dan kepercayaan yang baik dengan masyarakat adalah kunci utama Radio Suara Surabaya dalam meningkatkan kualitas” (Adit Jufriansyah, Gatekeeper - 23/04/2019)

Selain menjaga hubungan dan kepercayaan yang baik dengan masyarakat serta menjadi ruang public, perencanaan dalam memverifikasi kelayakan berita

citizen journalism dilakukan dengan mudah dan sesuai dengan persepektif jurnalistik. Mudah disini dimaksudkan pada jalannya proses verifikasi yang dilakukan oleh *gatekeeper* sebagai orang yang bertugas memverifikasi kelayakan berita sebelum disiarkan. *Gatekeeper*, atau yang diartikan sebagai penjaga gawang, yaitu maksudnya orang yang berperan memilah, menyeleksi dan memverifikasi suatu berita yang dikirim oleh jurnalis profesional maupun *Citizen Journalism*. Sebagaimana diketahui komunikasi massa dijalankan oleh beberapa orang dalam organisasi media massa, mereka inilah yang akan menyeleksi setiap informasi yang akan disebarkan kepada masyarakat. Di radio Suara Surabaya terdapat 4 orang *gatekeeper* dalam 1x *shift* kerja.

Radio Suara Surabaya menggunakan alat yang sederhana dan mudah untuk para *citizen journalism* mengirimkan berita. Radio Suara Surabaya juga mengusahakan menggunakan cara yang mudah agar para *gatekeeper* tidak menghabiskan waktu banyak dalam memverifikasinya, ini termasuk perencanaan strategi mengingat berita yang diterima harus cepat disampaikan. Berikut saluran untuk para *Citizen Journalism* dalam mengirimkan berita :

a. Telepon

Para *citizen journalism* dimanapun berada dapat melaporkan berita yang di dapat melalui telepon baik itu nomor kantor di 031-9900-0000. Melalui telepon adalah cara yang paling mudah, karena para *Citizen Journalism* dapat lebih mengekspresikan berita atau situasi melalui kata-kata dengan leluasa.

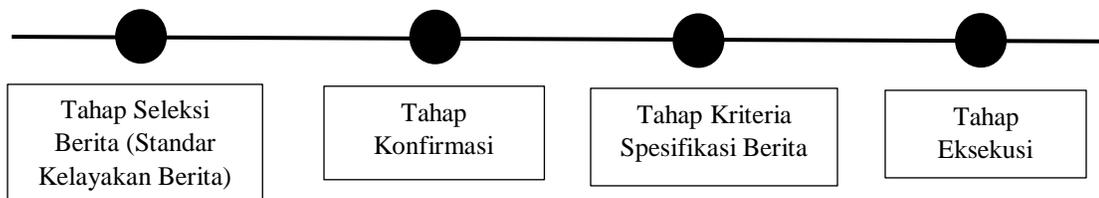
b. SMS atau Chat

Selain telepon, *Citizen Journalism* boleh melaporkan beritanya melalui SMS atau aplikasi *chatting* Whatsapp. Namun biasanya berita yang dikirimkan akan disampaikan oleh penyiar Radio Suara Surabaya, tentunya setelah lulus verifikasi oleh *Gatekeeper*.

“Gatekeeper ngga cuma memverifikasi konten berita yang dikirim aja, tapi juga memverifikasi CJ tersebut mampu melaporkannya langsung atau engga.” (Adit Jufriansyah, Gatekeeper - 23/04/2019)

Konsep *gatekeeper* ini mulanya dipelajari oleh bos radio Suara Surabaya Errol Jonathan, di Amerika Serikat ketika ia studi komparasi di radio-radio yang ada di Negara Paman Sam itu. Menurutnya, konsep *gatekeeper* yang dipelajari Errol di perkuliahan berbeda dengan konsep yang diterapkan di radio Suara Surabaya. *Gatekeeper* di radio Suara Surabaya tidak hanya sekedar penerima atau penjaga telepon sebelum masuk ke on air tetapi dia juga berfungsi sebagai editor atau keredaksian. Dengan seiring perkembangan teknologi, dari sebatas menggunakan kertas kecil untuk mencatat pesan penelepon hingga teknologi canggih penggunaan data *base*, merupakan satu bukti bahwa *gatekeeper* radio Suara Surabaya begitu dinamis. Dari sisi pendataan, *gatekeeper* sekarang sudah lebih rinci. Semua *ter-record*, dari A sampai Z. Semua penelepon yang masuk harus didata mulai nama, alamat, dan nomor telepon. Demikian pula narasumber. Setiap diskusi atau dialog antara narasumber dengan penyiar harus dicatat detil di *traffic report*.

Selain dilakukan dengan mudah, perencanaan verifikasi kelayakan berita citizen journalism dilakukan dengan mudah. Hal ini berkaitan dengan pelaksanaan verifikasi tersebut yang prosesnya dalam memverifikasi sebuah berita harus sesuai dengan persepektif jurnalistik. Di awal tadi sudah dijelaskan standar kelayakan yang dilakukan dalam memverifikasi kelayakan berita citizen journalism sudah sesuai dengan perspektif jurnalistik yaitu berita harus aktual, faktual, penting dan menarik. Maka dari itu alur perencanaan verifikasi kelayakan berita citizen journalism pada pelaksanaannya digambarkan sebagai berikut :



4.2.2 Pelaksanaan Verifikasi Kelayakan Berita *Citizen Journalism*

Pelaksanaan verifikasi ini menggunakan cara yang sederhana, *citizen journalism* mengirim berita yang sudah dikumpulkan melalui telepon / SMS / Whatsapp aplikasi kepada *gatekeeper*. Kemudian *gatekeeper* akan mencatat berita yang dilaporkan serta identitas *Citizen Journalism* tersebut guna di catat dalam *traffic record* radio Suara Surabaya. Setelah berita yang masuk dicatat, tahap pertama pelaksanaan verifikasi dilakukan yaitu berita diseleksi berdasarkan standar kelayakan yaitu berita harus aktual, faktual, penting dan menarik seperti yang sudah dijelaskan di awal. Berita yang memenuhi poin-poin standar kelayakan akan dipilih mana berita

yang bersifat aktual yaitu tepat waktu untuk masuk terlebih dahulu ke tahap konfirmasi agar dapat segera disiarkan.

Tahapan selanjutnya adalah konfirmasi. Konfirmasi sebuah berita dalam strategi ini sangat penting karena merupakan sebuah langkah untuk menentukan kebenaran berita tersebut. Konfirmasi adalah membenaran. Pembenaran disini yaitu pembenaran suatu berita yang sedang terjadi. Konfirmasi biasa dilakukan oleh orang yang berkaitan dengan kejadian tersebut, entah itu pelaku, korban, orang yang menangani ataupun saksi. Namun lebih tepatnya lagi, konfirmasi berita diutamakan dengan pihak terkait langsung yang memiliki kredibilitas pada peristiwa atau kejadian yang terjadi, karena konfirmasi tersebut dapat di pertanggung jawabkan. Berita yang biasanya perlu dikonfirmasi yaitu berita seperti kecelakaan, kebakaran, dan peristiwa lainnya. Pada peristiwa tersebut yang diliput oleh *citizen journalism* akan di konfirmasi kepada pihak terkait seperti kepolisian atau PMK sebelum disiarkan. Tidak hanya pada peristiwa, berita-berita yang melibatkan pemerintahan atau kepresiden juga akan di konfirmasi kepada pihak yang memiliki kredibilitas. Tidak jarang pula pihak yang berkaitan tersebut memberi pernyataan di on-air radio Suara Surabaya guna memperkuat berita tersebut.

Selain konfirmasi ke pihak terkait yang memiliki kredibilitas, radio Suara Surabaya juga terkadang meminta konfirmasi berita melalui pendengarnya sendiri lewat siaran/on-air radio. Karena menurut radio Suara Surabaya jika berita yang diterima memang *real* maka tidak hanya 1 orang saja yang melihatnya. Berita yang

dapat dijadikan contoh yaitu berita kecelakaan. Jika terjadi kecelakaan di lokasi tertentu, ketika penyiar menyiarkan informasi awal, jika berita itu salah, maka pendengar akan mengkonfirmasi ke penyiar radio Suara Surabaya bahwa berita yang diterima tidak benar.

“kita bisa dan sering kok lempar informasi awal yang kita dapet ke pendengar, dan mereka yang sedang di lokasi atau TKP yang sama pasti ikut bersuara. Itulah yang kita namain konfirmasi lewat pendengar, dan makin akurat dan banyak data ahirnya karena laporan ngga hanya dari 1 sumber.” (Adit Jufriansyah, Gatekeeper - 23/04/2019)

Kemudian setelah berita dikonfirmasi, tahap berikutnya tahap kriteria spesifikasi berita yang layak disiarkan. Terdapat beberapa kriteria spesifikasi berita yang termasuk dalam strategi verifikasi ini. Kriteria-kriteria spesifikasi berita ini memiliki fungsi sebagai penyempurna unsur berita yang layak disiarkan setelah standar kelayakan berita. Radio Suara Surabaya menggunakan kriteria spesifikasi ini agar berita yang disiarkan berkualitas.

“jadi ibaratnya itu 4 standar kelayakan tadi inti berita yang layak siar, tapi akan lebih sempurna dan berkualitas yaitu ada elemen-elemen kriteria ini, sehingga berita benar-benar layak dikonsumsi publik.” (Adit Jufriansyah, Gatekeeper - 23/04/2019)

Elemen-elemen kriteria spesifikasi berita yang digunakan radio Suara Surabaya yaitu elemen yang pertama *accurate* atau akurasi. Semua berita harus telah diuji kebenarannya. Kebenarannya pun harus berdasar pada kejadian yang terjadi, bukan dibuat-dibuat, ditambahi maupun dikurangi. Elemen kedua yaitu *properly*

attributed, narasumber dari berita yang diliput memiliki kapabilitas untuk memberikan pernyataan atau keterangan. Elemen ketiga yaitu *objective*, artinya berita yang ditulis sesuai dengan fakta yang terjadi, dan tidak ada unsur opini dari jurnalis. Elemen yang terakhir yaitu *brief and focused*, berita harus menggunakan kata-kata yang jelas, singkat, padat dan mudah untuk di pahami.

Elemen-elemen kriteria spesifikasi berita diatas diterapkan radio Suara Surabaya demi menyempurnakan berita agar layak disiarkan. Elemen kriteria ini dilakukan setelah tahap konfirmasi, karena pada elemen pertama dan kedua yaitu *accurate* dan *properly attributed* dapat terpenuhi setelah tahap konfirmasi selesai. Pada elemen ketiga dan keempat yaitu *objective* dan *brief and focused* yaitu berpengaruh pada bahasa yang dipakai berita ketika tahap eksekusi. Pada elemen ketiga dan keempat ini *gatekeeper* lah yang akan mengemas penulisan berita sesuai dengan karakter radio Suara Surabaya. Karena radio adalah media massa yang diterima melalui gelombang suara oleh publik, maka bahasa yang digunakan harus bahasa *ear-catching*, yang mudah dimengerti dan mudah diingat, karena apa yang disiarkan oleh radio tidak bisa diulang.

“susahnya berita dari radio itu karena beritanya berupa suara yang gak ada siaran ulangnya suara, makanya bahasa yang digunakan untuk menyiarkan berita harus benar-benar diperhatikan karena pada dasarnya kekuatan audio atau suara lebih dapat masuk kepikiran daripada tulisan seperti media online.” (Adit Jufriansyah, Gatekeeper - 23/04/2019)

Sama halnya radio yang memiliki karakter *theater of mind*, yaitu Radio menciptakan gambar dalam imajinasi pendengar, “memainkan” imajinasi pendengar, dengan kekuatan kata dan suara. Secara harfiah, *theater of mind* berarti ruang bioskop di dalam pikiran. Radio mampu menggugah imajinasi pendengarnya, dengan suara, musik, vocal atau bunyi-bunyian. Oleh karena itu penting sekali bagi penyiar dalam memilih kata yang digunakan, terutama radio Suara Surabaya karena radio yang berbasis menyiarkan berita, maka penyiar harus dapat menggambarkan situasi yang terjadi di TKP sedemikian rupa sehingga pendengar dapat membentuk *theater of mind* mereka sesuai dengan apa yang terjadi. Hal ini pun berlaku terhadap para *Citizen Journalism* yang on air dalam melaporkan beritanya.

Pada tahap eksekusi, terdapat beberapa macam cara yang dilakukan radio Suara Surabaya dalam menyiarkan berita dari *Citizen Journalism*. Radio Suara Surabaya dapat menyiarkan informasi awal saja yang akan dilanjut dengan meminta respon lain dari para pendengar mengenai berita tersebut. Ini dilakukan bertujuan bahwa berita tidak hanya dilaporkan oleh satu orang saja, hal itu guna menghindari adanya hoax dan data berita akan semakin beragam. Mas Adit mengatakan bahwa:

“di Radio SS itu kita pasti akan mendapatkan suatu respon yang kita butuhkan, kalau kita membuka informasi awal. Kalau berita itu benar, pasti ada yang membenarkan, kalau beritanya salah pasti ada yang membantah berita tersebut. Dan bakalan makin banyak dat yang kita dapet dari beberapa orang untuk menguatkan atau melemahkan beriat itu tadi..” (Adit Jufriansyah, Gatekeeper - 23/04/2019)

Radio Suara Surabaya juga dapat menyiarkan berita dari *Citizen Journalism* berupa tanya jawab oleh penyiar kepada *Citizen Journalism* tersebut. Hal ini biasanya dilakukan oleh *Citizen Journalism* yang *on air*, setelah melaporkan berita akan terjadi Tanya jawab antara penyiar dan *Citizen Journalism* guna melengkapi berita tersebut. Dengan begitu, Radio Suara Surabaya secara tidak langsung melatih seorang *Citizen Journalism* sebagai reporter dengan membimbing poin-poin atau *angle* mana saja yang penting untuk sebuah berita. Dengan cara ini pun *Citizen Journalism* dapat menggambarkan keadaan di TKP lebih leluasa tidak hanya dari 5W+1H tapi juga dengan keadaan sekitar yang cukup penting untuk masyarakat.

Selain itu, radio Suara Surabaya juga dapat menyiarkan berita dari *Citizen Journalism* dengan membiarkan *Citizen Journalism* menjadi layaknya reporter jika ia mampu *on air* di radio. Layak tidaknya *Citizen Journalism* tersebut juga akan di verifikasi oleh *gatekeeper*. Jika menurut para *gatekeeper* seorang *Citizen Journalism* ini mampu melaporkan beritanya dengan lancar seperti tutur kata, kecepatan dan penguasaan berita, maka *Citizen Journalism* tersebut yang akan *on air* di radio Suara Surabaya. Jika *gatekeeper* merasa *Citizen Journalism* tersebut belum layak *on air*, maka berita yang di laporkan akan disiarkan oleh penyiar.

4.3 Sasaran Strategi Radio Suara Surabaya dalam Memverifikasi Berita Citizen Journalism

Radio suara Surabaya memiliki sasaran yang hendak dicapai melalui strategi yang digunakan tersebut. Walaupun melibatkan seorang yang tidak professional,

radio Suara Surabaya akan tetap menjaga kualitas berita yang disiarkan, maka dari itu strategi yang digunakan memiliki sasaran yang ingin dicapai antara lain:

1. Memberikan berita yang real dan terjaga kredibilitasnya meskipun berita tersebut dari *citizen journalism*
2. Mencegah adanya hoax, karena serangkaian tahapan dari proses strategi itu sendiri dapat mencegah adanya berita hoax dalam proses verifikasi.
3. Menjadi titik temu dari permasalahan antara masyarakat dan pemerintahan.

Dari 3 sasaran strategi radio Suara Surabaya dalam memverifikasi kelayakan berita *citizen journalism* diatas, radio Suara Surabaya mampu mencapai sasaran yang ada, terbukti yang pada saat ini tercatat pendengar radio Suara Surabaya mencapai angka 700 ribu pendengar yang semakin hari semakin bertambah. Kemudian bukti sasaran yang ada tercapai yaitu semakin banyak orang yang melaporkan dan mencari berita dari siaran radio Suara Surabaya, itu menandakan bahwa masyarakat memberikan kepercayaannya atas berita yang disiarkan radio Suara Surabaya. Pada sasaran poin pertama, radio Suara Surabaya mampu mencapai sasaran tersebut, karena dalam pelaksanaan memverifikasi kelayakan berita *citizen journalism*, radio Suara Surabaya menerapkan 4 hal yaitu tahap berita diseleksi berdasarkan standar kelayakan berita, tahap konfirmasi, tahap kriteria spesifikasi berita yang layak disiarkan, dan tahap eksekusi.

Berita yang dikirim *citizen journalism* akan di koreksi dengan 4 tahapan verifikasi tersebut yang akan melahirkan berita yang bersifat *real* atau benar adanya

sesuai fakta. Berita yang disiarkan pun terjaga kredibilitasnya karena *gatekeeper* mengkonfirmasi berita tersebut kepada orang yang memiliki kredibilitas atas berita tersebut. Selain melalui proses seleksi standar kelayakan berita, berita juga akan di verifikasi dengan kriteria spesifikasi berita yang membuat berita dapat dikatakan layak disiarkan. Dalam eksekusinya pun, proses verifikasi dapat terjadi berita yang disiarkan, namun tetap setelah melalui tahap seleksi dengan standar kelayakan dan konfirmasi, dan kriteria spesifikasi berita.

Poin kedua yaitu mencegah adanya hoax, karena serangkaian tahapan dari proses strategi itu sendiri dapat mencegah adanya berita hoax dalam proses verifikasi. Di zaman milenial seperti ini tersebarnya hoax sangat mudah, namun dengan strategi yang digunakan sasaran poin kedua dapat tercapai karena *gatekeeper* melakukan konfirmasi kepada pihak yang memiliki kredibilitas, jadi konfirmasi yang diterima dapat dipertanggung jawabkan. Hoax sendiri bahkan sulit tersebar melalui media massa seperti radio khususnya radio Suara Surabaya karena mereka pasti akan menjaga kualitas berita dan tidak akan menyiarkan berita yang belum ada kejelasannya.

Pada poin ketiga, yaitu menampilkan berita dengan sudut pandang yang berbeda, dan dapat menemukan titik solusi dari permasalahan antara masyarakat dan pemerintahan. Pada poin ini radio Suara Surabaya menempatkan posisinya sebagaimana mestinya tujuan adanya media massa, yaitu penghubung antara masyarakat dengan pemerintah. Disini radio dapat menjadi media pelapor apa yang

terjadi diantara masyarakat yang berkaitan dengan pemerintah begitu juga sebaliknya. Oleh karena itu radio Suara Surabaya dapat dikatakan telah mencapai sasaran yang dituju dengan strategi yang digunakan dalam memverifikasi kelayakan berita *citizen journalism*.

Adapun tujuan radio Suara Surabaya melibatkan journalism juga tercapai dengan strategi yang digunakan ini. Dengan strategi ini, radio Suara Surabaya mampu membuka ruang public seluas-luasnya bagi masyarakat yang ingin menyuarakan aspirasinya. Radio Suara Surabaya akan melayani aspirasi masyarakat dan berdiskusi dengan mereka terkait aspirasi atau masalah yang sedang terjadi diantara mereka. Radio Suara Surabaya juga membuka ruang seluas-luasnya kepada masyarakat yang ingin berpartisipasi menjadi *citizen journalism*, terbukti pada setiap harinya *citizen journalism* yang mengirimkan berita semakin bertambah. Dan tujuan yang terakhir yaitu memberikan berita yang bervariasi, *citizen journalism* mampu melaporkan berita yang memiliki *angle* yang berbeda dan tidak monoton.

4.4 Kendala dan Solusi dalam Strategi Memverifikasi Kelayakan Berita *Citizen Journalism*

Kendala yang dialami oleh *gatekeeper* radio Suara Surabaya dalam strategi memverifikasi kelayakan berita *citizen journalism* bisa dibilang sudah diminimalisir dengan baik karena dilakukan setiap hari. Pada perencanaanya kendala yang terjadi adalah pada pendengar baru yang meragukan kelayakan berita dari *citizen journalism*. Radio Suara Surabaya harus memulai menjalin hubungan yang baik lagi kepada

pendengar baru yang semakin hari bertambah, agar mereka dapat percaya bahwa radio Suara Surabaya merupakan ruang public bagi mereka. Sedangkan pada perencanaannya yaitu respon yang lambat pada tahap konfirmasi dan kurang lengkapnya data suatu berita yang dikirim oleh *citizen journalism* sehingga dapat menunda berita itu untuk disiarkan dan respon yang lambat untuk verifikasi.

Hasil Wawancara dengan (Mas Adit, 23/4/2019), mengatakan bahwa:

"kadang-kadang ada juga kendala yang dihadapi waktu on air, ketika berita CJ disiarkan ada sanggahan dari pendengar lain, tapi sifatnya berbeda persepsi aja." (Adit Jufriansyah, Gatekeeper - 23/04/2019)

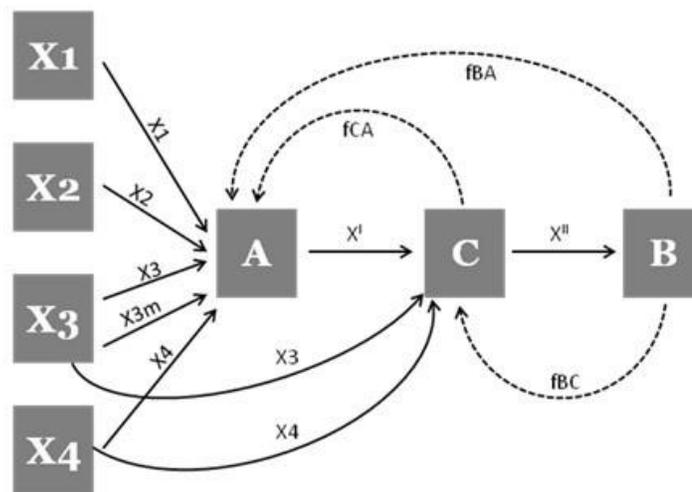
Dengan adanya kendala-kendala tersebut, radio Suara Surabaya mencari solusi yang tepat yang bertujuan mengurangi atau menghilangkan kendala tersebut. Solusi dari kendala perencanaan ialah tetap memberikan pelayanan dan berita yang layak sehingga tidak ada celah bagi mereka ragu pada kualitas berita radio Suara Surabaya. Radio Suara Surabaya akan tetap mengedepankan kualitas yang terbaik dalam menyajikan berita kepada masyarakat Surabaya. Kemudian solusi pelaksanaan radio Suara Surabaya dalam memverifikasi berita *citizen journalism* ialah radio Suara Surabaya tidak melakukan tahap konfirmasi dengan satu pihak saja, dalam artian misalnya kepada kepolisian, tidak hanya menghubungi 1 polsek saja. Sedangkan untuk perbedaan persepsi dari para pendengar mengenai berita dari *citizen journalism*, penyiar akan menjabarkannya lebih detail. Contohnya dalam berita kemacetan penyiar akan mengutarakan kilometer dalam melakukan perjalanan di

daerah tersebut, agar pendengar dapat memperkirakan sendiri seberapa kemacetan yang terjadi, tidak lewat kata-kata “sangat macet” atau “macet saja”.

4.5 Teori *Gatekeeping*

Teori *gatekeeping* yang ditulis peneliti ini adalah penerapan proses verifikasi kelayakan berita *citizen journalism* yang diterapkan oleh radio Suara Surabaya yang mengacu pada teori yang dikemukakan oleh Westley dan MacLean. Westley dan Maclean menggambarkan konsep gatekeeper dalam proses *gatekeeping* komunikasi massa sebagai berikut.

Westley and MacLean’s Model of Communication



Radio Suara Surabaya menerapkan teori *gatekeeping* tersebut dalam strateginya dalam memverifikasi kelayakan berita *citizen journalism* demi menyiarkan berita yang layak untuk dikonsumsi khalayak. Berita yang dikumpulkan diibaratkan

x1, x2, x3 dan x4 oleh *citizen journalism* yang diibaratkan A, lalu dikirimkan ke *gatekeeper* radio Suara Surabaya yang diibaratkan C melalui telepon, SMS, atau Whatsapp aplikasi. Setiap berita yang diterima *gatekeeper* akan dilakukan proses verifikasi sesuai dengan strategi yang ditetapkan radio Suara Surabaya yaitu melalui tahap berita diseleksi berdasarkan standar kelayakan berita, tahap konfirmasi, tahap kriteria spesifikasi berita yang layak disiarkan, tahap eksekusi. Setelah proses verifikasi dilakukan *gatekeeper* (C), berita yang dikirim oleh *citizen journalism* (A) akan disiarkan dan diterima oleh khalayak yang diibaratkan B. Radio Suara Surabaya menerapkan teori Westley dan McLean ini karena khalayak (B) dapat memberikan respon kepada *gatekeeper* (fBC) atau kepada *citizen journalism* itu sendiri (fBA) berupa koreksi berita yang disiarkan atau memberikan data baru sebab radio Suara Surabaya tidak menutup *feedback* guna melengkapi data agar layak suatu berita yang disiarkan untuk dikonsumsi. Dalam strateginya pun *feedback* dari khalayak (B) dapat menjadi proses konfirmasi sebuah berita (x) yang dikirimkan *citizen journalism* (A) jika khalayak (B) menyanggah berita tersebut dengan data yang asli atau menambahkan data baru mengenai berita tersebut kepada *gatekeeper* (C).

BAB V

PENUTUP

5.1 Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian mengenai strategi radio Suara Surabaya dalam memverifikasi kelayakan berita citizen journalism, maka dapat ditarik kesimpulan yaitu :

1. Standar Kelayakan Berita Radio Suara Surabaya dalam Memverifikasi Kelayakan Berita *Citizen Journalism*

Standar kelayakan yang ditetapkan radio Suara Surabaya dalam memverifikasi kelayakan berita *citizen journalism* yaitu berita harus aktual, faktual, penting, dan menarik.

- a) Aktual, artinya berita yang sifatnya terbaru, hangat, dan tepat waktu, maksudnya berita tersebut akan cepat basi jika tidak segera disiarkan.
- b) Faktual, berita harus faktual yakni sesuai apa yang ada di lapangan dengan meliputi unsur 5W 1H
- c) Penting. Berita penting disini meliputi berita mengenai tokoh-tokoh besar (*prominence*), memiliki dampak bagi pendengar (*impact*) dan berpengaruh bagi masyarakat luas (*magnitude*).
- d) Menarik. Berita yang menarik merupakan berita yang dapat memunculkan rasa ingin tahu dan minat pendengar berupa berita yang

luar biasa (*the unusual*), berita yang mengandung *human interest*, serta berita yang memiliki nilai kedekatan dengan masyarakat (*proximity*).

2. Strategi Radio Suara Surabaya mengenai *Citizen Journalism*

Sebagaimana yang dilakukan oleh perusahaan pada umumnya, radio Suara Surabaya juga menggunakan strategi dalam memverifikasi kelayakan berita citizen journalism. Strategi yang dimaksud disini adalah perencanaan dan pelaksanaan memverifikasi kelatakan citizen journalism. Perencanaan memverifikasi berita *citizen journalism* yaitu menjaga hubungan dan kepercayaan masyarakat dengan baik sebagai ruang publik dan proses verifikasi yang mudah dan sesuai dengan perspektif jurnalistik. Sedangkan pelaksanaan verifikasi kelayakan berita *citizen journalism* adalah tahap berita diseleksi berdasarkan standar kelayakan berita, tahap konfirmasi, tahap kriteria spesifikasi berita yang layak disiarkan, tahap eksekusi.

3. Sasaran Strategi Radio Suara Surabaya dalam Memverifikasi Berita *Citizen Journalism*

Sasaran dari strategi memverifikasi kelayakan berita *citizen journalism* di radio surabaya meliputi memberikan berita yang real dan terjaga kredibilitasnya meskipun berita tersebut dari *citizen journalism*, mencegah adanya hoax, karena serangkaian tahapan dari proses strategi itu sendiri dapat mencegah adanya berita hoax dalam proses verifikasi dan menjadi titik temu dari permasalahan antara masyarakat dan pemerintahan.

4. Kendala dan Solusi dalam Strategi Memverifikasi Kelayakan Berita *Citizen Journalism*

Pada perencanaannya, kendala yang dihadapi radio Suara Surabaya dalam memverifikasi kelayakan berita *citizen journalism* ialah pendengar baru yang meragukan kelayakan berita dari *citizen journalism*. Sedangkan kendala pada pelaksanaannya adalah respon yang lambat pada tahap konfirmasi dan kurang lengkapnya data suatu berita yang dikirim oleh *citizen journalism* sehingga dapat menunda berita itu untuk disiarkan dan respon yang lambat untuk verifikasi.

Dari kendala-kendala tersebut ditemukan solusinya. Solusi dari kendala perencanaan verifikasi kelayakan berita *citizen journalism* yakni memberikan pelayanan dan berita yang layak sehingga tidak ada celah bagi mereka ragu pada kualitas berita radio Suara Surabaya. Lalu solusi dari kendala pelaksanaan verifikasi kelayakan berita *citizen journalism* adalah tidak melakukan tahap konfirmasi dengan satu pihak saja.

5.2 Saran

Berdasarkan hasil penelitian dan pengembangan ini, maka disarankan hal-hal berikut:

1. *Gatekeeper* radio Suara Surabaya mengkampanyekan masyarakat untuk berani melibatkan diri menjadi *citizen journalism* ketika ada suatu peristiwa atau kejadian yang dapat menjadi suatu berita di sekitar mereka.

2. Radio Suara Surabaya perlu mengadakan *workshop* agar masyarakat mengetahui proses berita dari citizen journalism dari pengiriman ke radio Suara Surabaya sampai disiarkan.
3. Membatasi berita lalu lintas yang bukan kejadian luar biasa, contoh kemacetan di daerah tertentu yang bukan karena kejadian besar atau hanya karena volume saja dikurangi porsi siarnya.

DAFTAR PUSTAKA

Buku :

- Aan Komariah, Djam'an Satori. 2011. *Metode Penelitian Kualitatif*. Bandung: Alfabeta.
- Ardianto, Elvinaro dan Lukiati Komala Erdinaya. 2004. *Komunikasi Massa: Suatu Pengantar*. Bandung: Simbiosis Rekatama Media.
- As.Haris.Sumadiria, 2005. *Jurnalistik Indonesia, Menulis Berita dan Feature, Panduan Praktis Jurnalis Profesional*. Penerbit PT. Remaja Rosdakarya Bandung
- Assegaf, Dja far. 1991. *Jurnalistik Masa Kini*. Bandung: PT Remaja Rosdakarya
- A.W.Widjaya. 2000. *Ilmu Komunikasi Pengantar Studi*. Jakarta : Rineka Cipta.
- Baksin, Askurifai. 2006. *Jurnalistik Televisi Teori dan Praktik*. Bandung: Simbiosis Rekatama Media.
- Bogdan, Robert dan Taylor. 1992. *Pengantar Metode Penelitian Kualitatif, Terjemahan oleh Arief Rurchan*. Surabaya : Usaha Nasional
- Bowman, S. and Willis, C. 2003. *We Media: How Audiences are Shaping the Future of News and Information*. The Media Center, American Press Institute.
- Effendy, Onong Uchjana. 1989. *KAMUS KOMUNIKASI*. Bandung : PT. Mandar Maju.
- Kusumaningati, Iman FR. 2012. *Jadi Jurnalis Itu Gampang!!!* Jakarta: PT Elex Media Komputindo

- Maeseneer, Paul De. 1982. *Here's the News: A Radio News Manual*. Asia-Pacific Institute for Broadcasting Development
- M. Romli, Asep Syamsul. 2009. *Dasar-Dasar Siaran Radio*, Bandung: Nuansa.
- McQuail, Denis. 2000. *Teori Komunikasi Massa, Suatu Pengantar*. Jakarta: Erlangga.
- Moleong, Lexy J. 2009. *Metode Penelitian Kualitatif*. Bandung: Remaja Rosdakarya
- Morissan, MA. 2011. *Manajemen Media Penyiaran: Strategi Mengelola Radio dan TV*. Jakarta: Kencana
- Muda, Deddy Iskandar. 2005. *Jurnalistik Televisi, Menjadi Reporter Profesional*. Bandung: Remaja Rosdakarya
- Nurudin. 2010. *Citizen Journalism Sebagai Kataris Baru Masyarakat*. Yogyakarta: Litera Buku.
- Pepih, Nugraha. 2012. *Citizen Journalism: Pandangan, Pemahaman dan Pengalaman*. Jakarta: Kompas Media Nusantara.
- Purnomo, Budi Setyo. 2011. *Tinjauan Organisasi Citizen Journalist (Persatuan Pewarta Warga Indonesia)*. Semarang: Universitas Diponegoro
- Siregar, Ashadi. 2001. *Menyingkap Media Penyiaran: Membaca Televisi Melihat Radio*. Yogyakarta: LP3Y Yogyakarta.
- Siagian, Sondang P. 1985. *Administrasi Pembangunan*, Jakarta: Bumi Aksara.
- Suwandi, Imam. 2010. *Langkah otomatis citizen journalism*. Jakarta: Dian Rakyat
- Tebba, Sudirman. 2005. *Jurnalistik Baru*. Jakarta: Kalam Indonesia, Ciputat

William R, Rivers at.al., 2003. *Media Massa dan Masyarakat Modern: Edisi Kedua.*

Jakarta: Prenada Media

Wood, F Andrew and Matthew J Smitt. 2005. *Online Communication.* London:

Lawrence Erlbaum Associates, Publishers

Internet :

<https://www.komunikasipraktis.com/2014/10/format-dan-jenis-jenis-program-siaran.html>

[https://www.wikipedia.org/wiki/gatekeeping_\(communication\)](https://www.wikipedia.org/wiki/gatekeeping_(communication))

<https://www.e-jurnal.com/2013/12/pengertian-berita-menurut-para-ahli.html>

<https://www.dictio.id/t/apa-yang-dimaksud-dengan-teori-gatekeeping-dalam-ilmu-komunikasi/4308>

DAFTAR PUSTAKA

Buku :

- Aan Komariah, Djam'an Satori. 2011. *Metode Penelitian Kualitatif*. Bandung: Alfabeta.
- Ardianto, Elvinaro dan Lukiati Komala Erdinaya. 2004. *Komunikasi Massa: Suatu Pengantar*. Bandung: Simbiosis Rekatama Media.
- As.Haris.Sumadiria, 2005. *Jurnalistik Indonesia, Menulis Berita dan Feature, Panduan Praktis Jurnalis Profesional*. Penerbit PT. Remaja Rosdakarya Bandung
- Assegaf, Dja far. 1991. *Jurnalistik Masa Kini*. Bandung: PT Remaja Rosdakarya
- A.W.Widjaya. 2000. *Ilmu Komunikasi Pengantar Studi*. Jakarta : Rineka Cipta.
- Baksin, Askurifai. 2006. *Jurnalistik Televisi Teori dan Praktik*. Bandung: Simbiosis Rekatama Media.
- Bogdan, Robert dan Taylor. 1992. *Pengantar Metode Penelitian Kualitatif, Terjemahan oleh Arief Rurchan*. Surabaya : Usaha Nasional
- Bowman, S. and Willis, C. 2003. *We Media: How Audiences are Shaping the Future of News and Information*. The Media Center, American Press Institute.
- Effendy, Onong Uchjana. 1989. *KAMUS KOMUNIKASI*. Bandung : PT. Mandar Maju.
- Kusumaningati, Iman FR. 2012. *Jadi Jurnalis Itu Gampang!!!* Jakarta: PT Elex Media Komputindo

- Maeseneer, Paul De. 1982. *Here's the News: A Radio News Manual*. Asia-Pacific Institute for Broadcasting Development
- M. Romli, Asep Syamsul. 2009. *Dasar-Dasar Siaran Radio*, Bandung: Nuansa.
- McQuail, Denis. 2000. *Teori Komunikasi Massa, Suatu Pengantar*. Jakarta: Erlangga.
- Moleong, Lexy J. 2009. *Metode Penelitian Kualitatif*. Bandung: Remaja Rosdakarya
- Morissan, MA. 2011. *Manajemen Media Penyiaran: Strategi Mengelola Radio dan TV*. Jakarta: Kencana
- Muda, Deddy Iskandar. 2005. *Jurnalistik Televisi, Menjadi Reporter Profesional*. Bandung: Remaja Rosdakarya
- Nurudin. 2010. *Citizen Journalism Sebagai Kataris Baru Masyarakat*. Yogyakarta: Litera Buku.
- Pepih, Nugraha. 2012. *Citizen Journalism: Pandangan, Pemahaman dan Pengalaman*. Jakarta: Kompas Media Nusantara.
- Purnomo, Budi Setyo. 2011. *Tinjauan Organisasi Citizen Journalist (Persatuan Pewarta Warga Indonesia)*. Semarang: Universitas Diponegoro
- Siregar, Ashadi. 2001. *Menyingkap Media Penyiaran: Membaca Televisi Melihat Radio*. Yogyakarta: LP3Y Yogyakarta.
- Siagian, Sondang P. 1985. *Administrasi Pembangunan*, Jakarta: Bumi Aksara.
- Suwandi, Imam. 2010. *Langkah otomatis citizen journalism*. Jakarta: Dian Rakyat
- Tebba, Sudirman. 2005. *Jurnalistik Baru*. Jakarta: Kalam Indonesia, Ciputat

William R, Rivers at.al., 2003. *Media Massa dan Masyarakat Modern: Edisi Kedua*.

Jakarta: Prenada Media

Wood, F Andrew and Matthew J Smitt. 2005. *Online Communication*. London:

Lawrence Erlbaum Associates, Publishers

Internet :

<https://www.komunikasipraktis.com/2014/10/format-dan-jenis-jenis-program-siaran.html>

[https://www.wikipedia.org/wiki/gatekeeping_\(communication\)](https://www.wikipedia.org/wiki/gatekeeping_(communication))

<https://www.e-jurnal.com/2013/12/pengertian-berita-menurut-para-ahli.html>

<https://www.dictio.id/t/apa-yang-dimaksud-dengan-teori-gatekeeping-dalam-ilmu-komunikasi/4308>

