



**Penggunaan Media Sosial oleh Wartawan Jawa Pos Radar Semarang  
dalam Pembuatan Berita**

**Skripsi**

**Disusun untuk memenuhi persyaratan menyelesaikan**

**Pendidikan Strata 1**

**Jurusan Ilmu Komunikasi Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik**

**Universitas Diponegoro**

**Disusun Oleh:**

**Ova Adelia**

**14030115120016**

**DEPARTEMEN ILMU KOMUNIKASI  
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK  
UNIVERSITAS DIPONEGORO**

**2019**

## **SURAT PERNYATAAN KEASLIAN KARYA ILMIAH**

Saya yang bertanda tangan di bawah ini :

1. Nama Lengkap : Ova Adelia
2. Nomor Induk Mahasiswa : 14030115120016
3. Tempat / Tanggal Lahir : Pekalongan / 30 Agustus 1997
4. Jurusan / Program Studi : S-1 Ilmu Komunikasi
5. Alamat : Jalan Singa Cluster 18, Kecamatan  
Pedurungan, Semarang, Jawa Tengah

Menyatakan dengan sesungguhnya bahwa karya ilmiah (Skripsi / TA) yang saya tulis berjudul :

**“Penggunaan Media Sosial oleh Wartawan Jawa Pos Radar Semarang dalam  
Pembuatan Berita”**

Adalah benar-benar **Hasil Karya Ilmiah Tulisan Saya Sendiri**, bukan hasil karya orang lain atau jiplakan karya ilmiah orang lain.

Apabila dikemudian hari ternyata karya ilmiah yang saya tulis itu terbukti bukan hasil karya ilmiah saya sendiri atau hasil jiplakan karya orang lain, maka saya sanggup menerima sanksi berupa pembatalan hasil karya ilmiah saya dengan seluruh implikasinya, sebagai akibat kecurangan yang saya lakukan.

Demikianlah surat pernyataan ini saya buat dengan sebenar-benarnya dan dengan penuh kesadaran serta tanggung jawab.

Semarang, Juli 2019

Pembuat Pernyataan;

Ova Adelia

NIM. 14030115120016

## PENGESAHAN

Judul Skripsi : Penggunaan Media Sosial oleh Wartawan Jawa Pos Radar Semarang  
dalam Pembuatan Berita  
Nama Penyusun : Ova Adelia  
NIM : 14030115120016  
Program Studi : Ilmu Komunikasi

Dinyatakan sah sebagai salah satu syarat untuk menyelesaikan pendidikan Strata I

Semarang, 3 Juli 2019

Dekan



Dr. Drs. Hardi Warsono, MTP  
NIP. 19640827 199001 1 001

Wakil Dekan I



Dr. Hedi Pudjo Santosa, M.Si  
NIP. 19610510 198902 1 002

### Dosen Pembimbing :

1. S Rouli Manalu, S.Sos, M.CommSt, Ph.D

  
( ..... )

### Dosen Penguji Skripsi :


1. Dr. Yanuar Luqman, S.Sos, M.Si

  
( ..... )

2. Dr. Nurul Hasfi, S.Sos, MA

  
( ..... )

3. S Rouli Manalu, S.Sos, M.CommSt, Ph.D

  
( ..... )

## **MOTTO**

*If it's still in your mind, it is worth taking the risk.*

*Never Give up, great thing takes time!*

## UCAPAN TERIMA KASIH

1. Terima kasih kepada Tuhan Yang Maha Esa dan Maha Penyayang, atas berkat yang telah diberikan kepada penulis sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi dengan baik dan benar. Penulis tidak berhenti memohon bimbingan-Nya, karena sesungguhnya semua kemudahan dan kelancaran ini karena campur tangan Tuhan Yang Maha Esa. Semoga dengan adanya skripsi ini bisa menjadi berkah bagi orang lain.
2. Terima kasih kepada papa, mama dan kakak, yang telah merawat dan mendukung penulis hingga bisa menyelesaikan pendidikan hingga Sarjana. Tanpa doa dan dukungan kalian penulis tidak akan menjadi seperti ini. Semua jasamu tidak akan pernah bisa penulis balas dengan apapun. Semoga kelak penulis bisa membahagiakan kalian dan bisa melaksanakan kewajiban sebagai seorang anak.
3. Terima kasih kepada Dr. Hapsari Dwiningtyas, S.Sos, MA. selaku Ketua Departemen Ilmu Komunikasi Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Diponegoro dan selaku dosen wali. Terima kasih atas segala fasilitas jurusan yang telah disediakan dan terima kasih karena telah menjadi dosen wali yang tidak pernah menuntut macam-macam kepada anak-anaknya.
4. Terima kasih kepada S Rouli Manalu, S.Sos, M.CommSt, Ph.D selaku pembimbing skripsi. Terima kasih sudah dengan sabar memberikan bimbingan dan arahan dalam menyelesaikan skripsi ini. Terima kasih sudah memberikan penulis ilmu-ilmu baru dalam melakukan suatu penelitian dengan baik dan benar, kelak akan menjadi acuan penulis jika melakukan penelitian baru. Terima kasih atas waktu, tenaga dan pikiran yang telah diberikan kepada penulis untuk sekedar membimbing penulis. Terima kasih tidak sekedar menjadi dosen pembimbing tetapi juga pendengar yang baik ketika penulis sedang menghadapi masalah.

5. Terima kasih kepada dosen penguji Dr. Yanuar Luqman, S.Sos, M.Si dan Dr. Nurul Hasfi, S.Sos, MA yang telah memberikan saran terhadap skripsi penulis. Semoga saran yang diberikan bisa menjadi penyempurna skripsi dan berguna bagi orang lain.
6. Terima kasih kepada sahabat-sahabat penulis, Inan Naja, yang meskipun jauh tetap memberikan semangat, dan juga Prima, Hanna yang sedang berjuang menyelesaikan perguruan tinggi di jurusan Hukum Universitas Diponegoro turut serta menyemangati dan memberikan tumpangan saat penulis sedang kehabisan ide dalam mengerjakan skripsi.
7. Terima kasih kepada sahabat dekat penulis, Putri, Mila, Siska, yang telah memberikan semangat kepada penulis sehingga penulis bisa menyelesaikan skripsi ini. Terima kasih karena sudah dengan optimis menyemangati penulis untuk bisa menyelesaikan skripsi meski melalui banyak halangan. Terima kasih untuk Mila yang setia konsul bersama dan menemani penulis mengurus persyaratan sidang. Penulis sangat menyayangi kalian.
8. Terima kasih kepada Anggi Rodes Wibisana yang telah sukses menerima gelar ST selaku teman spesial penulis, yang setia memberikan semangat dan optimis bahwa penulis bisa menyelesaikan skripsi dengan baik. Terima kasih telah menemani penulis dari mencari jurnal dan sabar memberikan nasehat dalam setiap revisi. Semoga kedepannya bisa mencapai apa yang di cita-citakan dan sukses menjalani hidup dari hasil jerih payah selama ini.
9. Terimakasih kepada teman-teman Ilmu Komunikasi 2015, utamanya teman-teman seperjuangan konsul yang bertemu di lobby, kalian akan menjadi orang sukses. Semangat untuk kalian dalam apapun yang sedang kalian upayakan, semoga segera bisa mewujudkan apa yang selama ini kalian cita-citakan.

10. Terimakasih kepada enam narasumber penulis, Pak Aro, Pak Pratono, Mbak Ida, Mas Rizal, Mas Aden, Mas Ahsan, khususnya para wartawan dan jajaran Jawa Pos Radar Semarang yang dengan senang hati membantu pengerjaan skripsi penulis dalam hal data. Penulis tidak tahu apa jadinya skripsi ini tanpa bantuan kalian. Sebagian besar dari skripsi ini adalah bantuan para narasumber. Semoga kebaikan kalian dibalas oleh Tuhan YME dan semoga segala urusan kalian dipermudah. Amin.

## **KATA PENGANTAR**

Segala puji dan syukur penulis panjatkan kepada Tuhan Yang Maha Esa, karena atas kuasa-Nya sajalah penulis dapat menyelesaikan skripsi dengan judul : “Penggunaan Media Sosial oleh Wartawan Jawa Pos Radar Semarang dalam Pembuatan Berita”.

Skripsi ini diajukan untuk memenuhi syarat kelulusan Strata 1 program studi Ilmu Komunikasi. Penulis menyadari bahwa penyusunan skripsi ini masih jauh dari kata sempurna dan masih banyak kekurangan, hal ini dikarenakan keterbatasan kemampuan yang penulis miliki dalam menyusun skripsi ini.

Atas segala ketidaksempurnaan dan kekurangan skripsi ini, penulis sangat mengharapkan masukan, kritik dan saran yang bersifat membangun kearah yang lebih baik. Cukup banyak kesulitan yang penulis temui dalam penyusunan skripsi ini, tetapi Puji Tuhan penulis panjatkan syukur yang sebesar-besarnya karena diberikan berkat untuk dapat mengatasi dan menyelesaikan dengan baik.

Akhir kata penulis berharap semoga skripsi ini dapat bermanfaat bagi semua pihak dan semoga Tuhan Yesus Kristus selalu menyertai penulis.

Semarang, Juli 2019

Penulis,

Ova Adelia



## DAFTAR ISI

SURAT PERNYATAAN KEASLIAN KARYA ILMIAH.....	2
PENGESAHAN.....	3
MOTTO .....	4
UCAPAN TERIMAKASIH .....	5
KATA PENGANTAR .....	8
DAFTAR ISI.....	9
DAFTAR GAMBAR.....	13i
ABSTRAK.....	14
<b>BAB I PENDAHULUAN</b>	
1.1 Latar Belakang .....	1
1.2 Rumusan Masalah .....	8
1.3 Tujuan Penelitian.....	9
1.4 Signifikansi Penelitian.....	9
1.4.1 Teoritis.....	9
1.4.2 Praktis.....	10
1.4.3 Akademis.....	10
1.5 Kerangka Teori.....	11
1.5.1 State Of The Art .....	11
1.5.2 Paradigma.....	16
1.5.3 Kerangka Analisis .....	18
1.5.3.1 Penggunaan Media Sosial .....	18
1.5.3.2 Kinerja Wartawan .....	25
1.5.3.3 Penggunaan Media Sosial di kalangan Wartawan.....	31
1.5.3.3.1. Praktik Jurnalisme di era Media Sosial.....	32
1.5.3.3.2. Media Sosial dalam Kinerja Wartawan .....	33

1.5.3.3.3. Dampak Media Sosial dalam Profesionalisme Wartawan .....	37
1.5.4 Asumsi Penelitian.....	38
1.6 Operasional Konsep .....	39
1.6.1 Penggunaan Media Sosial .....	39
1.6.2 Kinerja Wartawan.....	39
1.7 Metode Penelitian.....	40
1.7.1 Tipe Penelitian.....	40
1.7.2 Subjek Penelitian.....	42
1.7.3 Jenis dan Sumber Data .....	43
1.7.4 Teknik Pengumpulan Data .....	43
1.7.5 Analisis dan Intepretasi Data.....	46
1.7.6 <i>Goodness Criteria</i> .....	50

## **BAB II GUIDELINE PENGGUNAAN MEDIA SOSIAL OLEH WARTAWAN JAWA POS RADAR SEMARANG DALAM PEMBUATAN BERITA**

2.1 Profil Jawa Pos Radar Semarang .....	56
2.2 Guideline Jawa Pos Radar Semarang.....	61

## **BAB III EKSPANASI PENGGUNAAN MEDIA SOSIAL OLEH WARTAWAN JAWA POS RADAR SEMARANG DALAM PEMBUATAN BERITA**

3.1 Gambaran penggunaan media sosial oleh wartawan Jawa Pos Radar Semarang dalam pembuatan berita .....	66
3.2 Penggunaan media sosial dalam <i>news planning</i> .....	67
3.2.1 Media sosial untuk menemukan ide berita atau referensi dengan mengumpulkan infomasi dan memeriksa berita terkini ( <i>breaking news</i> ) .....	68
3.2.2 Media sosial untuk menemukan ide berita atau referensi dengan mengumpulkan infomasi dan memeriksa berita terkini ( <i>breaking news</i> ) .....	71
3.2.3 Channel dan platform media sosial yang diakses dalam <i>news planning</i> .....	73
3.2.3.1 Grup warta kota di Facebook untuk melihat kejadian atau sebuah peristiwa..	73
3.2.3.2 Akun <i>public figure</i> di Instagram untuk melihat rancangan pembangunan .....	74

3.2.3.3	Akun berita di Instagram untuk melihat kejadian atau peristiwa .....	75
3.2.3.4	Menggunakan hastag di Instagram untuk melihat isu/topik tertentu .....	76
3.2.4	Kedalaman akses media sosial dalam <i>news planning</i> .....	77
3.2.5	Konten media sosial yang dikategorikan sebagai <i>news value</i> .....	78
3.2.6	Opini wartawan mengenai penggunaan media sosial dalam <i>news planning</i> .....	79
3.3	Penggunaan media sosial dalam <i>news gathering</i> .....	81
3.3.1	Media sosial tidak digunakan dalam tahap <i>news gathering</i> .....	82
3.4	Penggunaan media sosial dalam <i>news writing</i> .....	84
3.4.1	Media sosial tidak digunakan dalam <i>news writing</i> .....	84
3.4.2	Observasi tulisan wartawan .....	85
3.5	Penggunaan media sosial dalam <i>news editing</i> .....	92
3.5.1	Media sosial digunakan untuk memantau perkembangan informasi oleh redaktur dengan memeriksa berita terkini ( <i>breaking news</i> ) .....	93
3.5.2	Media sosial untuk melihat berita yang sudah beredar dan memastikan wartawan tidak hanya melakukan <i>copy-paste</i> dengan memeriksa berita terkini ( <i>breaking news</i> ).....	95
3.5.3	Channel dan platform media sosial yang diakses dalam <i>news editing</i> .....	96
3.2.3.1	Grup warta kota di Facebook untuk memantau perkembangan informasi .....	96
3.2.3.2	Akun <i>public figure</i> di Instagram untuk melihat berita yang sudah beredar dan memastikan wartawan tidak melakukan <i>copy paste</i> .....	97
3.2.3.3	Akun berita di Instagram untuk memantau perkembangan informasi.....	97
3.2.3.4	Opini wartawan mengenai penggunaan media sosial dalam <i>news editing</i> .....	98
3.6	Penggunaan media sosial dalam <i>news publishing</i> .....	98
3.6.1	Perambahan publikasi ke media online .....	99
3.6.2	Perambahan publikasi ke media sosial dengan membagikan link kepada audiens .	99
3.6.3	Perambahan publikasi ke media sosial pribadi wartawan dengan membagikan <i>link</i> kepada audiens .....	100

3.6.4 Dampak perambahan publikasi ke media online dan media sosial Jawa Pos Radar Semarang .....	103
--	-----

## **BAB IV ANALISIS PENGGUNAAN MEDIA SOSIAL OLEH WARTAWAN JAWA POS RADAR SEMARANG DALAM PEMBUATAN BERITA**

4.1 Tahap <i>news planning</i> .....	106
4.1.1 Media sosial di Radar Semarang digunakan untuk mencari ide berita dengan mengumpulkan informasi dan memeriksa berita terkini ( <i>breaking news</i> ).....	106
4.1.2 Media sosial di Radar Semarang digunakan untuk menemukan <i>angle</i> berita yang berbeda dengan mengumpulkan informasi dan memeriksa berita terkini ( <i>breaking news</i> ) .....	109
4.2. Tahap <i>News Gathering</i> .....	110
4.3. Tahap <i>News Writing</i> .....	111
4.4 Tahap <i>News Editing</i> .....	111
4.4.1 Media sosial di Radar Semarang digunakan untuk memantau perkembangan informasi oleh redaktur dengan memeriksa berita terkini ( <i>breaking news</i> ) .....	111
4.4.2 Media sosial di Radar Semarang digunakan untuk melihat berita yang sudah beredar dan memastikan wartawan tidak hanya melakukan <i>copy-paste</i> dengan memeriksa berita terkini ( <i>breaking news</i> ).....	114
4.5 Tahap <i>News Publishing</i> .....	115
4.5.1 Media sosial di Radar Semarang digunakan untuk melakukan distribusi atas nama Jawa Pos Radar Semarang dengan membagikan <i>link</i> kepada audiens .....	115
4.5.2 Media sosial di Radar Semarang digunakan untuk melakukan distribusi secara pribadi (masing-masing wartawan) dengan membagikan <i>link</i> kepada audiens... ..	117
4.6 Kontribusi penggunaan media sosial yang dirasakan wartawan Jawa Pos Radar Semarang .....	118

## **BAB V KESIMPULAN DAN SARAN**

5.1 Kesimpulan.....	120
5.2 Saran.....	123

## **LAMPIRAN**

## DAFTAR GAMBAR

Gambar 3.1 Konten @hendrarpriyadi pada tanggal 6 Oktober 2018 .....	85
Gambar 3.2 Artikel “Mobil Makin Murah, Jalan Makin Macet, DP Minimal harus 20 Persen” yang terbit tanggal 28 Oktober 2018 .....	87
Gambar 3.3 Unggahan @hendrarpriyadi pada tanggal 26 Maret 2019 tentang pembangunan jembatan kaca Tinjomoyo .....	89
Gambar 3.4 Unggahan @hendrarpriyadi pada tanggal 26 Maret 2019 tentang rencana pembangunan travelator pada jalur pedestrian.....	90
Gambar 3.5 Unggahan @hendrarpriyadi pada tanggal 27 Maret 2019 tentang rencana pemasangan ribuan lampu downtown pada Gedung Pandanaran .....	90
Gambar 3.6 Artikel Jawa Pos Radar Semarang 7 April 2019 .....	91
Gambar 3.7 Salah satu publikasi wartawan di Facebook dengan mengunggah <i>softfile</i> salah satu halaman Koran Jawa Pos Radar Semarang.....	101
Gambar 3.8 Salah satu publikasi wartawan di Facebook dengan membagikan link yang terhubung pada website Jawa Pos Radar Semarang.....	102
Gambar 3.9 Publikasi wartawan di Instagram dengan mengunggah <i>softfile</i> salah satu halaman Koran Jawa Pos Radar Semarang .....	103

## ABSTRAK

### **Judul : Penggunaan Media Sosial oleh Wartawan Jawa Pos Radar Semarang dalam Pembuatan Berita**

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui bagaimana penggunaan media sosial oleh wartawan Jawa Pos Radar Semarang dalam pembuatan berita. Selain itu, juga untuk mengetahui alasan penggunaan media sosial, media sosial apa yang digunakan, serta kontribusi yang diberikan oleh penggunaan media sosial tersebut kepada wartawan Jawa Pos Radar Semarang (positif atau negatif). Hal ini dilatarbelakangi oleh maraknya penggunaan media sosial di praktek media tradisional yang menimbulkan kesenjangan karena terdapat polarisasi atas dampak yang dirasakan oleh para wartawan media tradisional. Dalam penelitian ini menggunakan pendekatan studi kasus dengan menggunakan metode analisis pembuatan eksplanasi. Dengan pendekatan studi kasus mendalam, penelitian studi kasus yang dilakukan dengan maksud untuk yang pertama kali dan terakhir kali meneliti kasus penggunaan media sosial oleh wartawan Jawa Pos Radar Semarang dalam pembuatan berita dalam periode 28 Desember 2018 hingga 16 Mei 2019. Subjek penelitian ini terdiri dari enam informan yakni wartawan Jawa Pos Radar Semarang yang menggunakan media sosial dengan beberapa metode pengumpulan data, diantaranya dokumentasi, rekaman arsip, wawancara *open-ended*, observasi lapangan, dan observasi partisipan.

Hasil temuan penelitian ini menemukan kesimpulan bahwa penggunaan media sosial oleh wartawan Jawa Pos Radar Semarang dalam pembuatan berita memang terbukti dalam beberapa tahap yaitu tahap *news planning*, *news editing*, dan *news publishing*. Peneliti menyimpulkan bahwa dari penggunaan media sosial tersebut, wartawan Jawa Pos Radar Semarang mendapatkan kontribusi positif karena media sosial memberi keuntungan dari segi pelimpahan data, kecepatan informasi, serta kemudahan dalam berbagi, mengingat dalam menjalankan praktik kerjanya, wartawan masih berpedoman pada UU Pers dan Kode Etik Jurnalistik.

*Kata Kunci : Penggunaan Media Sosial, Wartawan, Pembuatan Berita*

## ABSTRACT

### ***Title : Social Media Usage by Journalist Jawa Pos Radar Semarang in News Production***

*This study aims to find out how social media use by Jawa Pos Radar Semarang's journalist in making news. In addition, it is also to find out the reasons for using social media, what social media is used, and the contribution made by the use of social media to Jawa Pos Radar Semarang's journalist (positive or negative). This is motivated by the widespread use of social media in traditional media practices which creates a gap because of the polarization of the impact felt by traditional media journalists. In this study using a case study approach using explanatory analysis methods. With an in-depth case study approach, case study research was conducted with the intention of the first time and the last time to examine cases of social media use by Jawa Pos Radar Semarang journalists in making news in the period 28 December 2018 to 16 May 2019. The subjects of this study consisted of six the informant was the Jawa Pos Radar Semarang's journalist who used social media with several methods of data collection, including documentation, archival recordings, open-ended interviews, field observations, and participant observation.*

*The results of this study found the conclusion that the use of social media by Jawa Pos Radar Semarang journalists in making news was indeed proven in several stages, namely the stages of news planning, news editing, and news publishing. The researcher concluded that from the use of social media, Jawa Pos journalist Radar Semarang received a positive contribution because social media provided benefits in terms of data transfer, speed of information, and ease of sharing, considering that in carrying out their work practices, journalists were still guided by the Press Law and Code of Ethics Journalism.*

*Keywords: Use of Social Media, Journalists, News Production*