

**“PERAN REDAKTUR PELAKSANA DALAM PROSES PEMILIHAN  
ISI BERITA PADA PEMBUATAN WEBSITE CLEANESIA.ID  
“KEBERSIHAN LINGKUNGAN”**

Achmat Efendy

Email : [Achmatefendy23@gmail.com](mailto:Achmatefendy23@gmail.com)

Telp : 085712001334

Wenny Maya Arlena, M.Si

Email : [wenny.maya@budiluhur.ac.id](mailto:wenny.maya@budiluhur.ac.id)

Telp : 08118879933

Fakultas Ilmu Komunikasi  
Universitas Budi Luhur

---

**ABSTRACT**

*creation of this work aims to create a portal of online media that present the news focused on information concerned with the movement of the cleanliness of the environment. The creator of this work uses the concept of creative development of online journalism, which emphasizes the delivery of information about the movement of the cleanliness of the environment through a medium that is website, as well as using the media support in the form of social media that are mutually besinergi. CLEANESIA.ID seeks to be a portal of online media that promote timeliness, integrity, and be the media portal that is informative. On the creation of this work, the creators explain about the role of managing editor at an online media, so that the formation of the managing editor of a regular and in accordance with the passage of a medium in general. SWOT in terms of strength is a website that reviews news about information on cleaning the environment movement that has elements of journalism, and already have the medium of this website, supported by social media to explain himself which is also useful in the dissemination of this media. And the SWOT in terms of the weakness of his own, the lack of viewers and the news presented it's less updates because human resources was not enough, and the server memory is limited so can not be uploaded in the news a lot. The managing editor of the news was covering the activities of collecting the results of the coverage of the news script has been written and sent by the reporter.*

**Keywords : Website, Online Media, Managing Editor, News Content.**

## **I. PENDAHULUAN**

Pencemaran lingkungan, pemanasan global, perubahan iklim, dan penurunan keanekaragaman hayati merupakan isu-isu lingkungan yang telah membangunkan kesadaran manusia terhadap pentingnya lingkungan yang sehat seluruh umat manusia. hal ini di dasari dengan diusungnya konsep kebersihan dan lingkungan sehat sebagai konsep pembangunan sebuah daerah yang setara dengan konsep ekonomi, sosial, dan hukum dan tata kelola. Sampah merupakan masalah umum yang hingga kini dihadapi oleh seluruh dunia. Khususnya di Indonesia sebagai negara berkembang, kebersihan lingkungan menjadi masalah yang harus mendapat perhatian lebih seiring laju pertumbuhan penduduk yang terus meningkat. Sampah dan

limbah dalam pencemaran lingkungan sudah menjadi permasalahan nasional. Permasalahan sampah sangat terikat dengan bertambahnya populasi penduduk, pertumbuhan ekonomi dan perubahan pola konsumsi masyarakat. Menurut UU Nomor 18 Tahun 2008 tentang pengelolaan sampah, menyebutkan bahwa sampah merupakan permasalahan nasional sehingga pengelolaannya perlu dilakukan secara komprehensif dan terpadu dari hulu ke hilir agar memberikan manfaat secara ekonomi, sehat bagi masyarakat, dan aman bagi lingkungan, serta dapat mengubah perilaku masyarakat.

Tahun 2017 jumlah penduduk Indonesia sudah mencapai 261,89 juta jiwa

meningkat disbanding tahun 2000 yang sebesar 206,26 juta jiwa. Tren pertumbuhan ekonomi juga terus mengalami peningkatan, dengan kontribusi terbesar dari sektor manufaktur. Pertumbuhan pesat di sector industri juga merupakan imbas dari meningkatnya pendapatan rumah tangga dan makin beragamnya pola serta jenis konsumsi masyarakat. Kondisi tersebut menimbulkan 2 UNIVERSITAS BUDI LUHUR bertambahnya volume, beragamnya jenis, dan karakteristik sampah dan limbah.<sup>1</sup> (<https://www.bps.go.id> diakses pada tanggal 23, November 2019/20:15)

### **Rumusan Ide Penciptaan**

Pada penciptaan media online ini, pencipta menempatkan diri sebagai Redaktur Pelaksana, yang bertanggung jawab terhadap mekanisme kerja sehari-hari, bertanggung jawab terhadap redaksi penerbitan dan foto, mewakili pemred dalam berbagai acara baik ditugaskan atau acara mendadak.

Fokus utama penciptaan, Pencipta sebagai redaktur pelaksana dalam mencari berita mengenai gerakan kebersihan lingkungan dan permasalahan sampah menggunakan tahap observasi, wawancara, dan *question interview*. Setelah melakukan pencarian berita tersebut, pencipta membuat artikel berita tersebut dari hasil tahapan pencarian berita dengan unsur 5W+1H dan memunculkan berita tersebut di website CLEANESIA.ID, dan dari segi penampilan website tersebut menampilkan segi gambar dan konten-konten yang menarik perhatian khalayak untuk melihat dan membaca media online tersebut.

## **II.LANDASAN TEORI**

### **Media Massa**

Menurut Cangara (2003:134), media adalah suatu alat atau sarana yang digunakan untuk menyampaikan pesan dari komunikator kepada komunikan atau khalayak. Sedangkan pengertian media massa sendiri adalah alat yang digunakan untuk menyampaikan pesan dari sumber kepada khalayak (penerima)

---

<sup>1</sup> <https://www.bps.go.id> diakses pada tanggal 23.11. 19/20:15

dengan menggunakan alat-alat komunikasi mekanis, seperti surat kabar, radio, televisi, dan juga film. Media massa yang umum digunakan dalam kehidupan sehari-hari adalah, surat kabar, radio, televisi, dan film yang beroperasi dalam bidang informasi, edukasi, dan sarana rekreasi, dalam istilah lain penerangan, pendidikan, dan juga hiburan. Jadi untuk menyebarkan informasi, media massa sangat efektif yang dapat mengubah sikap, pendapat dan juga perilaku komunikasi. (Effendy, 2000).

### **Jurnalistik dan Media Online**

Media online di Indonesia semakin berkembang, masyarakat pun melirik portal berita online menjadi salah satu medium untuk mendapatkan informasi. AC Nielsen Indonesia mencatat, internet menduduki posisi kedua tertinggi dari media yang paling banyak dikonsumsi. Sementara media cetak dalam bentuk koran, menduduki posisi ke empat.

Riset AC Nielsen juga menunjukkan penetrasi internet baik di dalam dan luar Pulau Jawa meningkat sejak 2010 hingga 2014. Di Jawa misalnya, meningkat sebanyak dua kali lipat mencapai 17% dandi luar Jawa meningkat sebanyak 12%. Lebih jauh, data dari Asosiasi Penyelenggara Jasa Internet (APJI) Indonesia menunjukkan sebanyak 88,1 juta dari 252 juta penduduk Indonesia mengonsumsi internet pada tahun 2014. Sebanyak 57% dari jumlah tersebut menggunakan internet untuk mengakses berita-berita terkini dari media online. Di satu sisi, penetrasi koran terutama di Jawa mengalami penurunan yang signifikan. Semula pada tahun 2010 sebanyak 15% dan turun menjadi 11% pada tahun 2014. Di luar Jawa, penetrasi koran meningkat sedikit, dari mulanya 23% menjadi 25%. <sup>2</sup>(“Jurnal komunikasi, Volume 10, Nomor 1, Oktober 2015”).

### **Jurnalistik dan Komunikasi**

Eksistensi jurnalistik sebagai bagian dari ilmu komunikasi tidak dapat dilepaskan dari aktivitas komunikasi. Seperti dua sisi

---

<sup>2</sup> Jurnal komunikasi, Volume 10, Nomor 1, Oktober 2015, diakses pada tanggal 23.11. 19/20:45

mata koin uang logam, sulit untuk dipisahkan satu sama lain. Sebab, baik kegiatan jurnalistik maupun komunikasi, menjadikan masyarakat lebih mudah mendapatkan informasi. Suryawati<sup>3</sup> (2014:17)

Sementara Onong Uchjana Effendy (1999) melihat kesamaan jurnalistik dan komunikasi dari segi proses kegiatannya. Menggunakan paradigma Lasswel, yakni “who says what in wich channel to whom with what effect”, maka proses jurnalistik dapat diterapkan sebagai berikut.

1. Who (Siapa komunikator?) Komunikator dalam aktivitas jurnalistik adalah media massa. Sebab, media massa merupakan saluran komunikasi massa dalam menyampaikan pesan.

2. Says What (Pesan yang disampaikan?) Pesan yang disampaikan dalam bentuk News, Views, Feature, dan Documenter. Dari empat bentuk pesan jurnalistik tersebut, yang merupakan hasil kerja jurnalistik wartawan adalah News, Feature, dan Documenter. Sedangkan opini bukan hasil kerja jurnalistik wartawan, namun menjadi bagian dari informasi yang disajikan melalui media jurnalistik.

3. In Wich Channel (melalui siaran mana?) Media dalam kegiatan jurnalistik adalah media komunikasi yang terdiri dari : a. Media cetak, seperti: surat kabar harian, tabloid, majalah, buletin/jurnal, newsletter, dan sebagainya. b. Media elektronik, seperti: radio dan televisi. c. Media online atau Internet, seperti: website, blog, dan sebagainya. Media onlien sengaja tidak dimasukkan dalam kategori media elektronik, karena media onlien selain menggunakan perangkat khusus, seperti komputer, smartphone, dan jaringan Internet, juga dibutuhkan keterampilan tersendiri dalam menggunakan media ini.

4. To Whom (Kepada siapa?) Komunikasi dalam jurnalistik adalah khalayak, sejumlah orang dari masyarakat, secara keseluruhan. Khusus media cetak, khalayaknya adalah pembaca yang melek huruf, sedangkan yang buta aksara tidak termasuk khalayaknya.

---

<sup>3</sup> Suryawati Indah. *Jurnalistik Suatu Pengantar*. Bogor: Ghalia Indonesia, 2014, hal 17

5. With What Effect (Dampak apa yg diharapkan?) Efek yang diharapkan dari komunikasi atau khalayak (Penerima) bergantung pada tujuan pesan si wartawan sebagai komunikator (Suryawati,2014:17-22).<sup>4</sup>

### **Karakter Jurnalistik Online**

Jurnalistik online disebut juga sebagai jurnalistik modern karena menggunakan media baru yang mempunyai karakteristik yang berbeda dengan media massa sebelumnya (surat kabar, radio, dan televisi), baik dalam format, isi, mekanisme, hingga proses hubungan antara pengelola media online dan penggunaannya.<sup>5</sup> (Suryawati, 2014: 118)

### **Redaktur Pelaksana**

Redaktur Pelaksana atau Redpel bertanggung jawab membantu fungsi dan tugas keredaksian dibawah Pemimpin Redaksi (Pemred). Redaktur Pelaksana (Redpel) memimpin langsung aktivitas peliputan dan pembuatan berita oleh para wartawan atau reporter dan editor.

### **Tugas dan tanggung jawab Redaktur Pelaksana**

Redaktur Pelaksana (Redpel) memiliki wewenang dan tanggung jawab, serta hak prerogatif antara lain:

- Membantu tugas Pemimpin Redaksi (Pemred) serta bertanggung jawab terhadap mekanisme kerja redaksi sehari-hari.
- Memimpin rapat perencanaan, dan rapat terakhir sidang redaksi.
- Membuat perencanaan isi berita untuk setiap penerbitan.
- Bertanggung jawab terhadap isi redaksi penerbitan dan foto.
- Mengkoordinasi kerja para redaktur atau penanggung jawab rubrik/desk.
- Mengkoordinasi alur perjalanan naskah dari para redaktur ke bagian setting atau layout.
- Mewakili Pemimpin Redaksi (Pemred) dalam berbagai acara baik di tugaskan atau acara mendadak.

---

<sup>4</sup> Suryawati Indah. *Jurnalistik Suatu Pengantar*. Bogor: Ghalia Indonesia 2014, hal 17-22

<sup>5</sup> Suryawati Indah. *Jurnalistik Suatu Pengantar*. Bogor: Ghalia Indonesia 2014, hal 118

- h. Mengembangkan, membina, menjalin lobi dengan sumber-sumber berita.
- i. Mengedit naskah, data, judul, foto para redaktur.
- j. Mengarahkan dan mensupervisi kerja para redaktur dan reporter<sup>6</sup>. (<https://radarindo.co.id/tupoksi-redaksi/> Diakses pada tanggal 15 Juni 2020/17:30).

### III. METODE PENCIPTAAN KARYA

- Kategori karya : Portal berita
- Media : Website
- Format karya : "Informasi gerakan kebersihan lingkungan."
- Target Audience :
  - Jenis Kelamin : Pria dan Wanita
  - Usia : 18-45
  - Kelas Ekonomi : A (Atas), B (Menengah), C (Bawah).

### TOR (Term Of Reference)

<b>TERM OF REFERENCE</b>
Masalah : Dari sekian banyak media online yang ada pada internet, kebanyakan memberitakan informasi mengenai politik dan begitu sangat minim informasinya mengenai gerakan kebersihan lingkungan. Karena masyarakat membutuhkan pemberitaan yang inspiratif dengan pembahasan yang ringan.
Fokus : Mengenai gerakan kebersihan lingkungan dan penanggulangan sampah sekaligus memberikan informasi dan edukasi kepada masyarakat.
Angle : Pengelolaan media website CLEANESIA.ID dan pendistribusian berita.

### IV. IMPLEMENTASI KARYA

#### Pembahasan Karya

Pola kerja redaksional sebuah media dimana pimpinan redaksi mengatur baik atau buruknya isi mengenai sebuah pemberitaan yang diproduksi dan. Dimana dalam perencanaan sebuah berita, biasanya di bawah redaktur pelaksana terdapat staf - staf yang mengerjakan lebih detailnya. Seperti ketika di dalam media online tersebut berita

yang disajikan memiliki bidangnya masing - masing. Dan redaktur tersebut membaginya ke dalam redaktur kota, redaktur olahraga, redaktur hiburan/kebudayaan, dan redaktur ekonomi<sup>7</sup>. (Kusumaningrat, 2016: 72-73).

Begitu pula dengan CLEANESIA.ID, terdapat rubrik news yang berisi kabar hangat dan terbaru, CLEANESIA.ID berisi berita tentang gerakan seputar kebersihan lingkungan, yang berisikan cara mengelola limbah sampah terutama limbah berbahan plastik, juga memiliki kebijakan redaksional untuk mengarahkan seluruh badan didalamnya (redaksi, redaktur pelaksana, dan editor) dalam menjalankan tugas dan fungsinya sesuai peraturan.

#### Laporan Penciptaan Karya dan Peran Redaktur Pelaksana

Pada proses penciptaan karya, pencipta yang memegang tanggung jawab sebagai redaktur pelaksana (redpel) melewati tiga proses yang meliputi, praproduksi, produksi, pasca produksi. Masing-masing dari tahapan tersebut sangat berpengaruh dalam pembentukan media CLEANESIA.ID.

#### Pra produksi

Tahap Pra Produksi, pencipta sebagai redaktur pelaksana dibawah langsung oleh pemimpin redaksi, secara teknis pencipta bertanggung jawab terhadap mekanisme kerja redaksi, memimpin rapat penentuan berita sampai rapat sidang redaksi berita yang akan dibuat.

1. Penentuan konsep atau ide Pencipta melakukan observasi kepada media-media yang sudah ada untuk melihat konten hingga kinerja yang diterapkan dalam media tersebut, hingga akhirnya pencipta menemukan nama CLEANESIA.ID.

2. Perencanaan produksi dan konten Pencipta mencoba membuat skema untuk CLEANESIA.ID, skema ini muncul karena pencipta sudah melakukan beberapa riset kepada media sejenisnya, tahap ini

<sup>6</sup> <https://radarindo.co.id/tupoksi-redaksi/> Diakses pada tanggal 15 Juni 2020/17:30

<sup>7</sup> Kusumaningrat, Hikmat dan Purnama. *JURNALISTIK Teori dan Praktik*. Bandung: Remaja Rosdakarya, 2016, hal 72-73

menghasilkan website CLEANESIA.ID dan media sosialnya di Instagram @cleanesia.id

3. Membentuk Manajemen Redaksi  
Pembentukan manajemen redaksi pada CLEANESIA.ID meliputi beberapa bagian antara lain :

a. Redaktur Pelaksana : Pencipta sebagai redaktur pelaksana bertanggung jawab terhadap mekanisme kerja redaksi, membuat perencanaan isi konten untuk setiap penerbitan, mengatur ritme kerja reporter yang bertugas untuk mencari berita dan narasumber. Redaktur pelaksana mengkoordinasikan alur perjalanan naskah dari reporter sampai ke tata letak (lay out).

b. Social Media Officer and Editor : Bertanggung jawab atas penyuntingan konten CLEANESIA.ID dan mengelola keseluruhan sosial media yang dimiliki CLEANESIA.ID.

c. Journalist : Bertanggung jawab dalam pencarian berita serta dokumentasi hasil wawancara yang nantinya akan diolah menjadi konten di website serta sosial media.

d. Perencanaan Budgeting Perencanaan budgeting berguna untuk keberlangsungan media CLEANESIA.ID untuk kedepannya. Perencanaan ini diawali dengan pencarian harga termurah untuk pembuatan suatu website (domain dan hosting), dan pengoptimalan sosial media CLEANESIA.ID.

e. Persiapan produksi dan konten Pencipta sudah mulai mempersiapkan produksi dengan menentukan logo, referensi website, hingga pengoptimalan konten untuk segera diterapkan dan dijalankan.

f. Evaluasi Pra Produksi Dalam tahap pra produksi, pencipta sedikit memiliki kendala. Kendala pertama yang dialami pencipta yaitu tidak mempunyai basic dalam pembuatan website, tetapi kendala ini teratasi dengan bantuan kerabat pencipta yang memahami cara pembuatan website. Kendala ke-dua adalah biaya yang termasuk besar dalam pembuatan website. Dan kendala ke-tiga lebih

ke arah sumber daya manusia yang kurang untuk menjalankan media CLEANESIA.ID.

### **Produksi**

Tahap Produksi ini, setelah memimpin rapat penentuan berita, pencipta selaku redaktur pelaksana membuat perencanaan isi penerbitan konten yang akan di upload pada media website CLEANESIA.ID, mengkoordinasi kerja para redaktur, bertanggung jawab terhadap isi penerbitan berita, sampai berita tersebut masuk layout Editor.

1. Mencari Berita Pada tahap ini redaktur pelaksana mencari suatu berita melalui wawancara, riset, dan liputan.

2. Penerapan Konten Penerapan konten pada sosial media CLEANESIA.ID berupa potongan informasi dengan gambar dan caption, sedangkan penerapan konten pada website adalah berupa artikel berita atau informasi yang di dukung dengan gambar, dan diletakan sesuai kanal berita yang sudah ada di website CLEANESIA.ID.

3. Penerapan Redaktur Pelaksana Redaktur pelaksana menerapkan isi berita yang sudah ditentukan dalam pra produksi. Redaktur pelaksana juga mengawasi liputan yang dilakukan wartawan dalam bentuk laporan yang dilakukan dilapangan atau tempat kejadian.

4. Evaluasi Produksi Dalam tahap produksi kendala utama adalah sumber daya manusia dan pemasukan. Karena dalam setiap liputan yang dilakukan, tidak semua liputan bisa untuk diliput, karena sumber daya manusia yang kurang, pencipta sebagai redaktur pelaksana memilih liputan apa saja yang harus diliput.

### **Pasca Produksi**

1. Evaluasi Produksi dan Konten Tahap evaluasi dilakukan pada proses pasca produksi, pencipta merasa belum maksimalnya statistik pembaca di website CLEANESIA.ID. dengan begitu pencipta merasa harus ditingkatkan lagi promosi di sosial media CLEANESIA.ID.

2. Revisi Produksi dan Konten Dalam hal ini pencipta ingin melakukan beberapa rencana yang akan dilakukan untuk kekurangan pembaca dalam website CLEANESIA.ID. Pencipta bersama tim mengambil langkah dalam setiap postingan yang ada di website selalu terkoneksi dengan sosial media CLEANESIA.ID. Lalu dalam hal revisi sumber daya manusianya, pencipta ingin menambahkan dua orang anggota khusus untuk mengurus sosial media. Langkah ini dilakukan agar lebih efisien dalam pembuatan konten berita atau informasi.

### **Analisa Karya**

#### **Strength (Kekuatan)**

1. CLEANESIA.ID adalah tugas mahasiswa semester akhir yang mengulas tentang berita seputar gerakan kebersihan lingkungan yang didukung oleh website dan Instagram sebagai media promosi dan tetap konsisten dengan pemberitaannya, serta menerapkan unsur-unsur jurnalistik.
2. CLEANESIA.ID merupakan pengembangan konsep kreatif yang ditujukan untuk pembuatan tugas akhir karya jurnalistik online yang nanti bisa memberikan contoh terhadap mahasiswa lainnya untuk membuat sebuah tugas akhir karya berbentuk jurnalistik online.
3. CLEANESIA.ID memiliki media pendukung yang sangat membantu dalam berjalannya website ini karena sudah memiliki pengikut yang cukup dan berguna dalam penyebaran media ini.

#### **Weakness (Kelemahan)**

Untuk website ini sendiri kurangnya SDM untuk melakukan liputan berita dan informasi, serta viewers yang dihasilkan belum terlalu besar, dan juga server yang masih terbatas yang menjadi kelemahan dari portal berita CLEANESIA.ID itu sendiri.

#### **Opportunity (Kesempatan)**

Karena jarangunya Mahasiswa yang memilih tugas akhir karya jurnalistik online, maka pencipta mengharapkan karya jurnalistik online CLEANESIA.ID mampu menjadi contoh karya jurnalistik online

berikutnya dan memperkenalkan media kepada khalayak luas, dan harapan selanjutnya agar perusahaan lain memasang iklan untuk website ini.

#### **Threat (Ancaman)**

Setiap website memiliki jangka kadaluarsa yang harus terus dibiayai, sedangkan pemasukan CLEANESIA.ID belum bisa memenuhi kebutuhan penyampaian berita kepada khalayak luas. memori website yang akan habis menjadi suatu ancaman jika suatu saat ada konten yang masuk dan ingin di upload tetapi memori penuh, dampaknya adalah penghapusan kepada berita yang sudah lama.

#### **Prospek**

Setelah mengetahui hasil SWOT, pencipta menganalisa kembali dari sisi prospeknya. Kekuatan dari media CLEANESIA.ID semakin kuat, karena semakin hari pengguna internet semakin meningkat, mengakibatkan internet butuh banyak media yang menyajikan berita-berita yang berbobot penting, seperti CLEANESIA.ID yang menyajikan berita seputar informasi gerakan kebersihan lingkungan.

### **V. Simpulan dan Saran**

#### **Simpulan**

Pada simpulan ini, peran redaktur pelaksana dalam penciptaan website CLEANESIA.ID adalah ketika membuat berita atau mencari informasi sangat dibutuhkannya sumber daya manusia yang akan mempengaruhi dan mempermudah kerja tim dalam mempercepat kinerja suatu media.

#### **Saran**

Pencipta ingin memberi saran dan merekomendasikan Mahasiswa Fakultas Ilmu Komunikasi konsentrasi *Broadcast Journalism* Universitas Budi Luhur, untuk memilih tugas akhir berbentuk karya, dan salah satunya karya jurnalistik online, karena saat pembuatan tugas ini, pencipta bersama tim merasakan sulitnya membentuk tim yang solid, juga mempelajari pembentukan struktur tim redaksi, dan yang terpenting selalu memenuhi konten yang konsisten.

## DAFTAR PUSTAKA

Nasution, Zulkarimein. 2017. *Etika Jurnalisme Prinsip-Prinsip Dasar* (Cetakan kedua). Jakarta: Rajawali Pers.

Wendratama, Engelbertus. 2017. *Panduan Membuat Konten Online yang Berkualitas dan Menarik* (Cetakan Pertama). Jakarta: PT. Bentang Pustaka.

Afdjani, Hadiono. 2015. *Ilmu Komunikasi, Proses dan Strategi* (Cetakan ketiga). Tangerang: Indigo Media.

Suryawati, Indah. 2014. *Jurnalistik Suatu Pengantar*. Bogor: Ghalia Indonesia.

Cangara, Hafied. 2014. *Pengantar Ilmu Komunikasi*. Jakarta: PT. Raja Grafindo Persada.

Setyani. 2013. *Penggunaan Media Sosial sebagai Sarana Komunikasi bagi Komunitas*.

Bungin, Burhan. 2013. *Metode penelitian sosial & ekonomi: format format kuantitatif dan kualitatif untuk studi sosiologi, kebijakan, publik, komunikasi, manajemen, dan pemasaran edisi pertama*. Jakarta: kencana prenatal media group.

Mondry. 2008. *Pemahaman Teori dan Praktik Jurnalistik*. Bogor: Ghalia Indonesia.

Romli, Asep Syamsul M. 2012. *Jurnalistik Online : Panduan Praktis Mengelola Media Online*. Bandung: Nuansa Cendikia.

## SUMBER ONLINE

<https://www.bps.go.id> di akses pada 23 November 2019, 20.15

<https://lisalinda.staff.ugm.ac.id/2013/12/24/konflik-dalam-berita/> di akses pada 17 Juni 2020, 19.37

<https://radarindo.co.id/tupoksi-redaksi/> di akses pada 15 Juni 2020, 17.30  
<http://jurnalistik.co> di akses pada 6 Mei 2020, 14.25

<http://www.kompasiana.com> di akses pada 21 Januari 2020, 18.00

<https://www.dosenpendidikan.co.id/pengertian-kampanye/#ftoc-heading-5/> di akses pada 5 Februari 2020, 21.35

## Referensi Jurnal:

E. P. Setiawan and Ismurjanti / Jurnal Kajian Informasi & Perpustakaan Vol. 6, No. 2 (Desember 2018) 169-182

Jurnal Ilmiah Matrik Vol.19 No.1, April 2017: 1-10

Jurnal ASPIKOM, Volume 2, Nomor 2, Januari 2014,. 85-102

SIMBOLIKA, Pengaruh Komunikasi Massa terhadap Khalayak Vol. 4 (1) April (2018)24-31

Aghnia R.S. Adzkia /Jurnal komunikasi/Praktik Multimedia dalam Jurnalisme Online di Indonesia, Volum e 10, Nomor 1, Oktober 2015, 41-52

WIJI AGUSTIN SASMITA/STRATEGI REDAKSI TIRTO.ID DALAM PENYAJIAN BERITA DI MEDIA ONLINE (digilib.uinsby.ac.id)

Jurnal komunikasi, Volume 10, Nomor 1, Oktober 2015