

**STRATEGI KOMUNIKASI TRIBUN MEDAN DALAM MENYAJIKAN  
BERITA MELALUI KONTEN *LIVE STREAMING*  
“SELAMAT SORE MEDAN DI YOUTUBE”**

**SKRIPSI**

**OLEH:**

**MIDUK PANDAPOTAN SILABAN**

**208530050**



**PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI  
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK  
UNIVERSITAS MEDAN AREA  
MEDAN  
2025**

**UNIVERSITAS MEDAN AREA**

© Hak Cipta Di Lindungi Undang-Undang

1. Dilarang Mengutip sebagian atau seluruh dokumen ini tanpa mencantumkan sumber
2. Pengutipan hanya untuk keperluan pendidikan, penelitian dan penulisan karya ilmiah
3. Dilarang memperbanyak sebagian atau seluruh karya ini dalam bentuk apapun tanpa izin Universitas Medan Area

Document Accepted 5/8/25

Access From (repository.uma.ac.id)5/8/25

**STRATEGI KOMUNIKASI TRIBUN MEDAN DALAM MENYAJIKAN  
BERITA MELALUI KONTEN *LIVE STREAMING*  
“SELAMAT SORE MEDAN DI YOUTUBE”**

**SKRIPSI**

Diajukan sebagai syarat untuk memperoleh Gelar Sarjana  
di Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Medan Area



**MIDUK PANDAPOTAN SILABAN**

**208530050**

**PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI  
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK  
UNIVERSITAS MEDAN AREA  
MEDAN  
2025**

UNIVERSITAS MEDAN AREA

© Hak Cipta Di Lindungi Undang-Undang

1. Dilarang Mengutip sebagian atau seluruh dokumen ini tanpa mencantumkan sumber
2. Pengutipan hanya untuk keperluan pendidikan, penelitian dan penulisan karya ilmiah
3. Dilarang memperbanyak sebagian atau seluruh karya ini dalam bentuk apapun tanpa izin Universitas Medan Area

Document Accepted 5/8/25

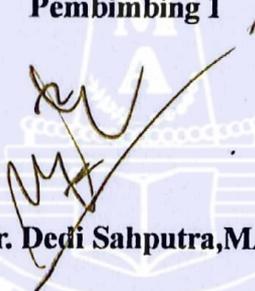
Access From (repository.uma.ac.id)5/8/25

## LEMBAR PENGESAHAN

**NAMA** : MIDUK PANDAPOTAN SILABAN  
**NPM** : 208530050  
**JUDUL** : STRATEGI KOMUNIKASI TRIBUN MEDAN DALAM  
MENYAJIKAN BERITA MELALUI KONTEN LIVE  
STREAMING "SELAMAT SORE MEDAN DI  
YOUTUBE

Disetujui Oleh,  
Komisi Pembimbing

Pembimbing 1

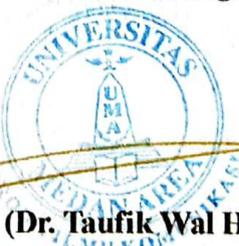
  
(Dr. Dedi Sahputra, MA)

Mengetahui:

Dekan

Ketua Program Studi

  
(Dr. Walid Musthafa S, Sos, M.IP)

  
(Dr. Taufik Wal Hidayat, S.Sos, MAP)

UNIVERSITAS MEDAN AREA

© Hak Cipta Di Lindungi Undang-Undang

Document Accepted 5/8/25

1. Dilarang Mengutip sebagian atau seluruh dokumen ini tanpa mencantumkan sumber
2. Pengutipan hanya untuk keperluan pendidikan, penelitian dan penulisan karya ilmiah
3. Dilarang memperbanyak sebagian atau seluruh karya ini dalam bentuk apapun tanpa izin Universitas Medan Area

Access From (repository.uma.ac.id)5/8/25

## HALAMAN PERNYATAAN

Sebagai prasyarat untuk memperoleh gelar saya, Miduk Pandapotan Silaban, menyatakan bahwa skripsi yang saya buat adalah hasil karya saya sendiri. Meskipun saya telah mencantumkan kutipan dari sumber lain di beberapa bagian skripsi ini, sumber lain ditulis dengan cara yang jelas dan etis serta mematuhi standar, pedoman, dan etika penulisan ilmiah.

Jika di kemudian hari ditemukan plagiarisme dalam skripsi ini, saya setuju untuk menerima sanksi yang mencakup pencabutan gelar akademik saya dan sanksi lain yang ditetapkan oleh peraturan terkait.

Medan, 12 Maret 2025



Miduk Pandapotan Silaban

208530050

**HALAMAN PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI  
TUGAS AKHIR/SKRIPSI/TESIS UNTUK KEPERLUAN AKADEMIS**

Sebagai sivitas akademik Universitas Medan Area, saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Miduk Pandapotan Silaban  
NPM : 208530050  
Program Studi : Ilmu Komunikasi  
Fakultas : Ilmu Sosial dan Ilmu Politik  
Jenis Karya : Tugas Akhir/Skripsi/Tesis

Saya setuju untuk memberikan hak non-eksklusif bebas royalti kepada Universitas Medan Area atas karya ilmiah saya yang berjudul "**Strategi Komunikasi Tribun Medan dalam Menyajikan Berita Melalui Konten Live Streaming Selamat Sore Medan di YouTube**" guna memajukan ilmu pengetahuan, selain gadget yang ada saat ini (jika diperlukan). Selama nama saya tercantum sebagai penulis/pencipta dan pemilik hak cipta, Universitas Medan Area diperbolehkan menyimpan, mengalihbahasakan/memformat, mengelola dalam bentuk basis data, memelihara, dan menerbitkan tugas akhir, atau skripsi disertai saya dengan menggunakan hak non-eksklusif bebas royalti ini. Oleh karena itu, saya menyatakan dengan sebenarnya.

Medan, 12 Maret 2025

Yang menyatakan



Miduk Pandapotan Silaban  
208530050

## ABSTRAK

Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui strategi komunikasi Tribun Medan dalam menyampaikan berita melalui tayangan video live streaming Selamat Sore Medan di YouTube dengan menggunakan teori Uses and Gratifications dan teknik penelitian kualitatif. Berdasarkan hasil penelitian, Tribun Medan menggunakan dua strategi komunikasi yang berbeda dalam program Selamat Sore Medan. Strategi pertama adalah pembawa acara. Pemilihan pembawa acara dalam sebuah program siaran merupakan hal yang sangat penting. Pembawa acara Selamat Sore Medan memilih gaya penyampaian yang santai dengan kesan yang tidak formal. Hal ini dilakukan agar audiens tidak mudah kehilangan minat. Memilih berita yang menarik merupakan taktik komunikasi kedua. Demi menarik pemirsa, Tribun Medan sangat cermat dalam memilih berita yang akan ditayangkan di Selamat Sore Medan. Masyarakat Sumatera Utara tertarik dengan berita tentang narkoba, skandal polisi, dan perselingkuhan. Demi menarik minat pemirsa terhadap program Selamat Sore Medan, Tribun Medan fokus pada tiga topik tersebut. Program Selamat Sore Medan menghadapi dua tantangan, yang pertama adalah keterbatasan jaringan. Karena siaran langsung memerlukan jaringan yang kuat untuk dapat menyiarkan secara langsung, jaringan menjadi kendala utama dalam program ini. Salah satu contoh tantangan dalam program Selamat Sore Medan adalah liputan yang dilakukan di luar kota dengan jaringan yang buruk. Kendala kedua adalah aturan ketat yang diberlakukan perusahaan media sosial tentang jenis foto yang dapat dibagikan. Hal ini menjadi tantangan karena informasi yang akurat dan menyeluruh harus disediakan oleh media massa. Pembatasan unggahan foto menjadi tantangan karena informasi yang disampaikan tidak sepenuhnya jelas.

**Kata kunci:** Strategi komunikasi, Tribun medan, Youtube

## ABSTRACT

*The purpose of this research is to determine Tribun Medan's communication strategy in delivering news through the Selamat Sore Medan live streaming video on YouTube, using the Uses and Gratifications theory and a qualitative research technique. Based on the research results, Tribun Medan used two different communication strategies in the Selamat Sore Medan program. The first strategy was the host. The selection of a host in a broadcast program was very important. The host of Selamat Sore Medan chose a relaxed and informal delivery style. This was done to prevent the audience from losing interest easily. Selecting interesting news was the second communication tactic. To attract viewers, Tribun Medan was very careful in choosing the news to be presented on Selamat Sore Medan. People in North Sumatra were interested in news about drugs, police scandals, and infidelity. To attract viewers to the Selamat Sore Medan program, Tribun Medan focused on these three topics. The Selamat Sore Medan program faced two challenges. The first was network limitations. Since live broadcasting required a strong connection to stream properly, network became a major obstacle for this program. One example was coverage conducted out of town with poor network quality. The second obstacle was the strict regulations imposed by social media companies regarding the types of photos that could be shared. This posed a challenge because mass media had to provide accurate and comprehensive information. Restrictions on photo uploads became a challenge as the information delivered was not entirely clear.*

**Keywords:** *Communication strategy, Medan Tribune, YouTube*



## RIWAYAT HIDUP

Miduk Pandapotan Silaban, penulis skripsi ini, lahir pada tanggal 27 Agustus 2002 di AFD D Toba Sari, Kabupaten Simalungun. Penulis merupakan anak ketiga dari empat bersaudara pasangan Pardianto Silaban dan Anida Rumahpea. Ia lulus dari Sekolah Dasar (SD) N 016527 Huta Bagasan pada tahun 2008, Sekolah Menengah Pertama (SMP) N 3 BP. Mandoge pada tahun 2014, dan Sekolah Menengah Kejuruan (SMK) swasta Teladan Pematang Siantar pada tahun 2017. Ia juga menamatkan pendidikan formalnya pada tahun 2020. Penulis juga terdaftar di program studi Ilmu Komunikasi, Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Medan Area pada tahun 2020.

## KATA PENGANTAR

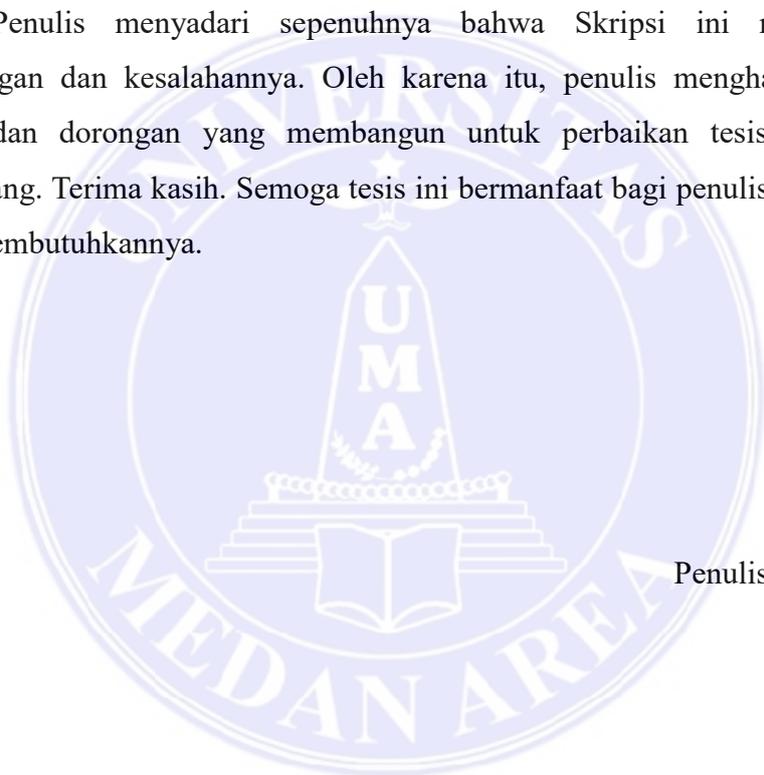
Skripsi dengan judul "Strategi Komunikasi Tribun Medan dalam Menyajikan Berita Melalui Konten *Live Streaming* Selamat Sore Medan di Youtube" ini dapat disusun sebagai salah satu syarat penyelesaian skripsi pada Program Studi Sarjana Ilmu Komunikasi, Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik, Universitas Medan Area. Puji syukur penulis panjatkan kehadirat Tuhan Yang Maha Esa atas kesempatan yang telah diberikan-Nya. Penulis menyadari bahwa tanpa bantuan berbagai pihak, penyusunan skripsi ini tidak akan selesai. Oleh karena itu, pada kesempatan ini penulis mengucapkan terima kasih kepada:

1. Kepada kedua orang tua dan saudara-saudara atas kepercayaan dan kesempatan yang diberikan kepada saya untuk berkuliah di Universitas Medan Area.
2. Penanggung jawab proses pendidikan di Universitas Medan Area adalah Bapak Prof. Dr. Dadan Ramdan, M.Eng, M.Sc., selaku rektor.
3. Bapak Dr. Walid Mustafa S.Sos, M.IP, Dekan Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Medan Area, selaku pimpinan lembaga Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik.
4. Dalam kapasitasnya sebagai Ketua Program Studi Ilmu Komunikasi Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Medan Area, Bapak Taufik Wal Hidayat S.Sos, M.AP.
5. Pembimbing Bapak Dr. Dedi Sahputra, S.Sos, M.A., yang telah meluangkan banyak waktu, pikiran, dan tenaga untuk membantu penulis menyelesaikan Skripsi ini.
6. Seluruh karyawan Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Medan Area, termasuk para dosen.
7. Seluruh teman-teman sekelas, yaitu Nada Almadiyah Irawan, Nazira aziz M. Aqif Hadiyallah, Ihsan Fauzi, Ekagia Penawarta Tarigan, Diki

Ardiansyah, Loice Capri Dewi Samala, dan seluruh angkatan 2020 program studi Ilmu Komunikasi, serta seluruh staf pengajar Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik, serta sahabat-sahabat yang telah memberikan dukungan selama ini.

8. BEM FISIP UMA, IMAJINASI FISIP UMA, dan organisasi kemahasiswaan, yang telah memberikan ilmu, pengalaman positif, serta lingkungan belajar yang mungkin tidak penulis dapatkan selama masa perkuliahan.

Penulis menyadari sepenuhnya bahwa Skripsi ini masih banyak kekurangan dan kesalahannya. Oleh karena itu, penulis mengharapkan kritik, saran, dan dorongan yang membangun untuk perbaikan tesis ini di masa mendatang. Terima kasih. Semoga tesis ini bermanfaat bagi penulis dan siapa pun yang membutuhkannya.



Penulis

Miduk Pandapotan Silaban

208530050

## DAFTAR ISI

|   |                              |
|---|------------------------------|
| <b>ABSTRAK</b> .....                            | <b>xi</b>                    |
| <b>ABSTRACT</b> .....                           | Error! Bookmark not defined. |
| <b>RIWAYAT HIDUP</b> .....                      | <b>xii</b>                   |
| <b>KATA PENGANTAR</b> .....                     | <b>xiv</b>                   |
| <b>DAFTAR ISI</b> .....                         | <b>xvi</b>                   |
| <b>DAFTAR TABEL</b> .....                       | <b>xviii</b>                 |
| <b>DAFTAR GAMBAR</b> .....                      | <b>xix</b>                   |
| <b>DAFTAR BAGAN</b> .....                       | <b>xx</b>                    |
| <br>  |                              |
| <b>BAB I PENDAHULUAN</b> .....                  | <b>1</b>                     |
| 1.1 Latar Belakang .....                        | 1                            |
| 1.2 Fokus Penelitian .....                      | 9                            |
| 1.3 Rumusan Masalah .....                       | 9                            |
| 1.4 Tujuan Penelitian .....                     | 10                           |
| 1.5 Manfaat Penelitian .....                    | 10                           |
| <br>  |                              |
| <b>BAB II LANDASAN TEORI</b> .....              | <b>11</b>                    |
| 2.1. Strategi Komunikasi .....                  | 11                           |
| 2.1.1. Pengertian Strategi .....                | 11                           |
| 2.1.2. Pengertian Komunikasi .....              | 12                           |
| 2.1.3. Unsur Unsur Komunikasi .....             | 14                           |
| 2.2. Media Massa .....                          | 15                           |
| 2.3. Berita .....                               | 18                           |
| 2.4. Live Streaming .....                       | 22                           |
| 2.4.1 Defenisi Live Streaming .....             | 22                           |
| 2.4.2 Jenis Aplikasi Vidio Live Streaming ..... | 23                           |
| 2.5 Youtube .....                               | 23                           |
| 2.6. Tribun Medan .....                         | 27                           |
| 2.7. Selamat Sore Medan .....                   | 28                           |
| 2.8. Teori Uses And Gratifications .....        | 31                           |
| 2.9. Penelitian Terdahulu .....                 | 33                           |
| 2.9. Kerangka Berfikir .....                    | 38                           |

|  |           |
|--|-----------|
| <b>BAB III METODE PENELITIAN .....</b>   | <b>39</b> |
| 3.1 Metode Penelitian.....   | 39        |
| 3.2. Lokasi Dan Waktu Penelitian .....   | 40        |
| 3.2.1. Lokasi Penelitian.....  | 40        |
| 3.3. Sumber Data .....   | 40        |
| 3.4. Teknik Pengumpulan Data.....  | 41        |
| 3.5. Informan Penelitian .....   | 42        |
| 3.6. Teknis Analilis Data .....  | 44        |
| 3.7. Teknik Kebasahan Data .....   | 45        |
| <b>BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN.....</b>  | <b>47</b> |
| 4.1 Gambaran Umum Tribun Medan .....   | 47        |
| 4.1.1. Visi Misi Tribun Medan .....  | 48        |
| 4.1.2. Struktur Organisasi Tribun Medan .....  | 48        |
| 4.2. Hasil Penelitian.....   | 49        |
| 4.2.1. Bagaimana Strategi Komunikasi Tribun Medan Dalam Menyajikan<br>Berita Melalui Konten Live Straming Di Youtube ..... | 49        |
| 4.2.2. Bagaimana Kendala Tribun Medan Dalam Menyajikan Berita Melalui<br>Konten Live Streaming Selamat Sore Medan.....     | 55        |
| 4.3. Pembahasan.....   | 59        |
| <b>BAB V KESIMPULAN DAN SARAN .....</b>  | <b>63</b> |
| 5.1. Kesimpulan.....   | 63        |
| 5.2. Saran.....  | 64        |
| <b>DAFTAR PUSTAKA.....</b>   | <b>65</b> |
| <b>LAMPIRAN.....</b>   | <b>69</b> |

## DAFTAR TABEL

|                                    |    |
|------------------------------------|----|
| Tabel 1. Penelitian Terdahulu..... | 34 |
| Tabel 2. Waktu Penelitian.....     | 40 |



## DAFTAR GAMBAR

|   |    |
|---|----|
| Gambar1. 1. Data pengguna social media di indonesia 2023 .....          | 4  |
| Gambar1. 2. Data pengguna youtube di indonesia .....                    | 5  |
| Gambar1. 3. instagram tribun medan .....                                | 6  |
| Gambar1. 4. Gambar facebook tribun medan .....                          | 6  |
| Gambar1. 5. Gambar youtube tribun medan .....                           | 6  |
| Gambar1. 6. Caption youtube tribun medan .....                          | 7  |
| Gambar1. 7. Pprogram selamat sore medan.....                            | 8  |
| Gambar1. 8. jumlah postingan program selamat sore medan .....           | 9  |
| Gambar 2. 1. Logo Dari Tribun Medan.....                                | 28 |
| Gambar 2. 2. Postingan pertama program selamat sore medan di youtu..... | 28 |
| Gambar 2. 3. Jumlah penonton selamat sore medan tahun 2024 .....        | 29 |
| Gambar 2. 4. Jumlah penonton selamat sore medan tahun 2023 .....        | 30 |
| Gambar 2. 5. Jumlah penonton selamat sore medan tahun 2022 .....        | 30 |
| Gambar 2. 6. Jumlah penonton selamat sore medan tahun 2021 .....        | 31 |
| Gambar 4. 1. Struktur Organisasi Tribun Medan .....                     | 48 |

## DAFTAR BAGAN

|                               |    |
|-------------------------------|----|
| Bagan 1. Kerangka Pikir ..... | 38 |
|-------------------------------|----|



# BAB I

## PENDAHULUAN

### 1.1 Latar Belakang

Unsur-unsur komunikasi massa adalah radio dan televisi; satu-satunya perbedaan antara keduanya adalah bahwa radio hanya berupa audio, sedangkan televisi berupa audio dan visual. Komunikasi massa adalah bentuk komunikasi yang ditujukan untuk menjangkau khalayak yang beragam melalui media cetak atau elektronik sehingga pesan yang sama dapat diterima secara serentak oleh khalayak/masyarakat.

Berbagai media massa, baik media cetak, elektronik, bahkan internet, bermunculan sebagai dampak dari kemajuan teknologi komunikasi dan informasi. Seiring dengan meningkatnya kebutuhan akan informasi, masyarakat pun mengalami perubahan. Media daring dan elektronik merupakan jenis media massa yang paling sering digunakan masyarakat untuk memenuhi kebutuhannya.

Sektor media global telah mengalami perubahan yang luar biasa sebagai akibat dari kemajuan teknologi informasi dan komunikasi, khususnya di bidang media digital. Transisi pelanggan ke platform digital menghadirkan masalah yang signifikan bagi sektor media tradisional, termasuk media cetak. Profesional media dapat meningkatkan keterampilan komunikasi mereka dengan menggunakan prinsip komunikasi periode adaptasi. Selain itu, prinsip ini dapat digunakan untuk memberi tahu klien dan pihak terkait lainnya tentang dampak media massa. Karena teknologi media baru yang memberikan kemudahan yang lebih besar kepada pengguna, ide dasar komunikasi massa terus berkembang, yang menyebabkan perubahan signifikan dalam bidang komunikasi saat ini. Teori

komunikasi massa harus berubah dan berkembang untuk mencerminkan perkembangan ini.

Untuk menjawab tantangan tersebut, pengembangan sumber daya manusia (SDM) menjadi komponen krusial dalam memastikan bisnis tetap sukses dan kompetitif di sektor media digital yang sangat kompetitif. Berbagai taktik dan inisiatif digunakan dalam pengembangan SDM untuk meningkatkan mutu dan potensi karyawan dalam perusahaan. Pekerja media di Medan Tribune harus mampu memahami teknologi baru, memahami perilaku konsumen secara daring, dan bersaing dengan persaingan yang semakin ketat. Manusia telah menghasilkan berbagai penemuan baru dengan sangat cepat dalam konteks munculnya masyarakat informasi sebagai salah satu bentuk revolusi peradaban yang dikenal sebagai revolusi komunikasi digital.

Menurut kajian ini, Medan Tribune telah menerapkan sejumlah strategi untuk tetap bertahan di era perkembangan digital yang sangat pesat, salah satunya adalah gencar memanfaatkan media daring untuk menyebarluaskan seluruh produknya, khususnya berita. Munculnya fenomena digitalisasi media, termasuk munculnya media sosial dalam bentuk jejaring sosial yang telah merambah kehidupan sehari-hari, merupakan salah satu dari sekian banyak inovasi teknologi komunikasi dan penyampaian informasi yang seakan tak terkendali. Aspek lain yang memudahkan komunikasi adalah kemudahan akses internet dan semakin banyaknya informasi yang dibutuhkan masyarakat.

Meningkatnya penjualan perangkat seperti telepon pintar dan kualitas internet yang mendukungnya, yang memudahkan orang untuk mengakses media sosial dan internet, semakin mendukung fenomena kemajuan teknologi dalam

industri jurnalisme. Organisasi atau perusahaan media yang memproduksi konten berita, seperti yang bergerak di industri jurnalisme, memanfaatkan fenomena ini, terutama mengingat kurangnya minat masyarakat untuk membaca surat kabar, yang menjadi perhatian perusahaan media. Media berita tradisional menciptakan media multiplatform untuk menghindari risiko bangkrut karena mereka tidak ingin kehilangan potensi yang dihadirkan oleh fenomena kemajuan teknologi ini. Mereka merambah internet dengan berbagai cara selain melestarikan media tradisional mereka. Selain situs media daring yang menawarkan fitur dan inovasi baru, seperti beritagar.id, mojok.co, tirta.id, kumparan, dan lain-lain, ada pula penyedia media berita profesional seperti Kompas dengan kompas.com, Tempo dengan tempo.co, dan yang sudah ada sejak awal, seperti Okezone.com dan detik.com.

Produk jurnalistik kini mulai disebarluaskan melalui situs media sosial seperti Instagram, Twitter, Facebook, dan lainnya karena semakin banyaknya pengguna media sosial (Kuyucu, 2020). Menurut Kuyucu (2020), jurnalisme media sosial identik dengan jurnalisme daring, hanya saja berbeda dengan media massa daring, jurnalisme media sosial menghasilkan produk yang lebih beragam daripada sekadar teks berita. Karena kemudahan dan kecepatan ketersediaan informasi, media tradisional kini seolah-olah terhubung dengan internet. Media daring lahir dari hal tersebut. Jurnalisme kreatif merupakan hasil evolusi metode jurnalistik tradisional dan adaptasinya terhadap media baru.

Platform yang digunakan individu untuk memperoleh informasi telah berkembang sebagai hasil dari kemajuan teknologi komunikasi dan informasi. Data dari We Are Social dan Hootsuite dalam Laporan Digital Global 2020

menunjukkan bahwa 175,4 juta orang Indonesia, atau 64% dari seluruh populasi negara ini, menggunakan internet. Terjadi peningkatan sekitar 17% dibandingkan dengan tahun 2019. Fenomena ini, yang membuat dunia menjadi desa global yang lebih kecil, menunjukkan bagaimana era digital telah membawa perubahan yang signifikan.

Untuk mempermudah pembaca memperoleh berita, digitalisasi memungkinkan informasi dibagikan melalui berbagai saluran daring. Media sosial telah muncul sebagai sarana utama untuk mengikuti perkembangan informasi dan teknologi yang pesat. Mengingat banyaknya platform yang tersedia untuk digunakan dalam pemasaran saat ini, perusahaan media perlu bereaksi cepat terhadap pasar.

Penggunaan media sosial telah meluas ke hampir setiap level dan demografi, termasuk pelajar, pengajar agama, pemilik bisnis, pegawai pemerintah, dan pedagang. YouTube merupakan salah satu platform media sosial yang paling populer. Salah satu situs media sosial yang menawarkan konten video daring adalah YouTube. Situs ini populer karena mudah digunakan oleh berbagai kelompok. Salah satu media sosial yang paling populer adalah YouTube. Menurut laporan, ada 139 juta pengguna YouTube di Indonesia hingga 9 Februari 2023.



Gambar 1. 1. Data pengguna social media di indonesia 2023



Gambar1. 2. Data pengguna youtube di indonesia

Efektivitas teknologi dalam menyebarkan informasi telah menyebabkan munculnya banyak saluran YouTube di platform media sosial yang menawarkan informasi dalam bentuk video pelajaran, penyuntingan, tips dan trik, serta berita yang disajikan dengan cara yang menarik untuk menarik pengunjung. Organisasi media dan penyiaran menggunakan ini; Medan Tribune adalah salah satu contohnya. YouTube memiliki sejumlah fitur yang menjadikannya pilihan populer bagi pengguna, termasuk streaming langsung.

Salah satu karakteristik YouTube adalah live streaming, yang berbasis audiovisual dan memungkinkan pengguna internet untuk melihat dan menerima informasi dengan jelas dari jarak jauh tanpa harus bertemu langsung dengan orang yang tampil secara langsung. Pengguna akan diuntungkan dengan menerima berita atau informasi secara langsung, dan produsen konten akan diuntungkan dengan menerima hadiah atau sumbangan langsung dari penonton.

Seiring kemajuan teknologi, media sosial menjadi semakin populer di semua lapisan masyarakat. Beberapa orang secara aktif memanfaatkan media sosial karena kemudahan berinteraksi satu sama lain dan kecepatan informasi dapat dibagikan.



Gambar1. 3. instagram tribun medan

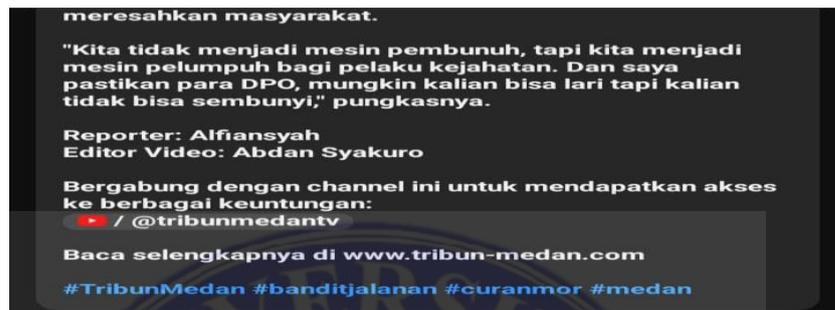


Gambar1. 4. Gambar facebook tribun medan



Gambar1. 5. Gambar youtube tribun medan

Karena tribunmedan selalu mengajak para pengikutnya untuk terus membaca portal berita tribunmedan.com pasca-berakhirnya caption atau informasi di akun media sosialnya, dengan banyaknya pengikut tentu akan semakin memudahkan pemasaran portal berita tribunmedan.com.



Gambar1. 6. Caption youtube tribun medan

Pembaruan yang ada di akun media sosial tribunmedan tentu menjadi daya tarik tersendiri bagi para pengikutnya untuk mengunjungi laman berita tribunmedan.com. Oleh karena itu, redaksi tribunmedan senantiasa memantau perkembangan media sosial situs tersebut dengan cara mengunggah berita dari wilayah Medan secara berkala atau menyajikan konten-konten segar yang menarik minat pembacanya.

Salah satu tribun medan yang menjadi topik penelitian penulis adalah “selamat sore medan”, program ini menampilkan berita yang sedang berlangsung di kota medan. Melalui *live streaming* di *youtube*, program ini cukup *efektif* dikarenakan minimnya minat masyarakat untuk membaca koran, atau membaca berita melalui portal berita pada masa digitalisasi saat ini, saat ini masyarakat lebih tertarik untuk melihat konten-konten berbasis video.

Konten dari selamat sore medan adalah menampilkan berita-berita yang sedang berlangsung di kota medan, durasi dari live streaming selamat sore medan berkisar 30 menit lebih, jumlah berita yang ditayangkan dalam live streaming

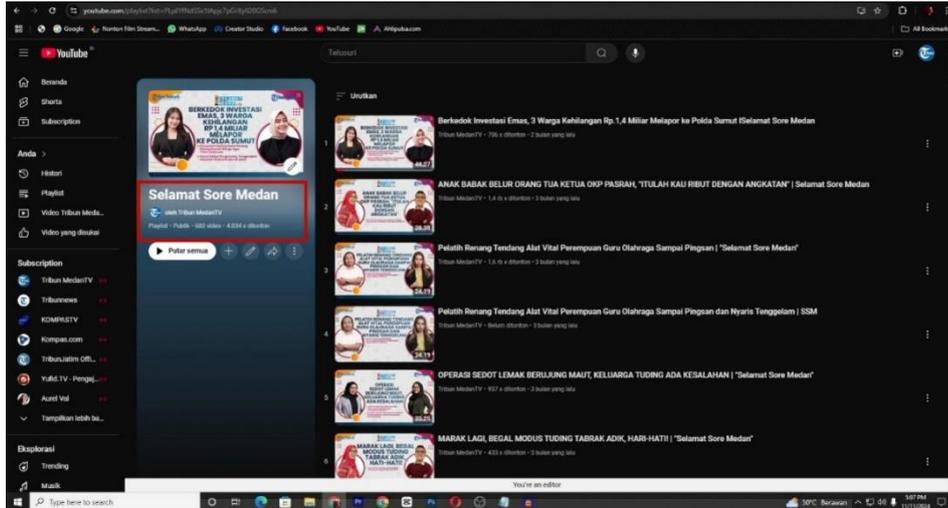
tidak menentu, pemilihan berita dilakukan oleh manajer redaksi tribun medan dengan melihat berita yang paling menarik.

Selamat sore medan program yang terjadi dikarenakan pada masa covid yang membuat pembeludakan untuk media sosial, hal ini yang mendorong tim redaksi tribun medan untuk fokus dalam membuat konten-konten yang menarik guna untuk menarik banyak *netizen*, selamat sore medan tidak hanya tayang diyoutube saja manum ditayangkan di tiga platfrom media sosial antaran lain, youtube, facebook, dan tiktok.

Penonton dari program ini tidak dapat diprediksi dikarenakan mekanisme dari live streaming yang dapat keluar masuk dengan sesuka hati. Feedbacak yang didapat dari program ini adalah, informasi yang didapat lebih jelas dan valid dikarenakan penonton langsung dapat menyaksikan secara langsung kejadian yang sedang berlangsung di kota medan.



Gambar1. 7. Pprogram selamat sore medan



Gambar1. 8. jumlah postingan program selamat sore medan

Ketertarikan penulis untuk mengkaji pendekatan komunikasi massa Tribun Medan dalam menyampaikan berita melalui materi live streaming “selamat siang Medan” di YouTube bermula dari latar belakang informasi yang telah dipaparkan di atas.

## 1.2 Fokus Penelitian

Dengan latar belakang permasalahan di atas, tujuan utama penelitian ini adalah untuk mengetahui pendekatan Medan Tribune dalam penyajian konten di YouTube.

## 1.3 Rumusan Masalah

Rumusan masalah sebagaimana yang telah diuraikan pada latar belakang di atas adalah:

1. Bagaimana strategi komunikasi Medan Tribune menyajikan berita melalui Konten Live Streaming “Selamat Sore Medan” Di Youtube ?
2. Bagaimana kendala tribun medan dalam menyajikan berita Melalui Konten Live Streaming “Selamat Sore Medan” Di Youtube ?

## 1.4 Tujuan Penelitian

Berikut ini adalah tujuan penelitian yang didasarkan pada permasalahan yang ada:

1. Untuk mengetahui rencana komunikasi tribun medan dalam menyajikan berita melalui Konten Live Streaming “Selamat Sore Medan” Di Youtube
2. Untuk mengetahui kendala tribun medan dalam menyajikan berita melalui Konten Live Streaming “Selamat Sore Medan” Di Youtube.

## 1.5 Manfaat Penelitian

1. Manfaat untuk penulis

Manfaat untuk penulis dalam penelitian ini adalah agar mengetahui cara untuk media memberikan informasi kepada publik di platform media sosial di era digitalisasi.

2. Manfaat akademis

Keuntungan akademis dari penelitian ini antara lain dapat menambah referensi sehingga pembaca dapat mempelajari teknik pembuatan konten kreatif yang efektif di era digitalisasi. Penelitian ini juga diharapkan dapat memperluas wawasan ilmu komunikasi di Universitas Medan Area.

3. Manfaat secara teori

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan pengetahuan tentang evolusi media di era modern untuk mendapatkan referensi platform yang sesuai dengan kebutuhan pembaca.

## **BAB II**

### **LANDASAN TEORI**

#### **2.1. Strategi Komunikasi**

##### **2.1.1. Pengertian Strategi**

Menurut Rogers, strategi komunikasi adalah rencana yang dibuat untuk menyebarkan ide-ide baru dan mengubah perilaku manusia dalam skala yang lebih besar. Sebaliknya, Middleton menegaskan bahwa strategi komunikasi adalah pengaturan terbaik dari semua komponen komunikasi, termasuk komunikator, pesan, saluran penerima, dan pengaruh (efek), yang semuanya dimaksudkan untuk mencapai tujuan komunikasi sebesar mungkin. Dalam perencanaan komunikasi, pemilihan strategi merupakan tahap penting yang perlu ditangani dengan hati-hati karena strategi yang buruk dapat menimbulkan konsekuensi yang buruk, terutama kerugian dalam hal waktu, uang, dan energi.

Sementara perencanaan strategis tidak lebih dari sekadar kebijakan komunikasi pada tingkat makro untuk inisiatif jangka panjang, gagasan strategi komunikasi diposisikan di sini sebagai bagian dari perencanaan komunikasi untuk mencapai tujuan yang diinginkan. Dalam perencanaan komunikasi, memilih strategi merupakan tahap penting yang perlu ditangani dengan hati-hati karena pilihan yang buruk dapat menimbulkan konsekuensi yang buruk, terutama kerugian dalam hal waktu, uang, dan energi. Sementara perencanaan strategis tidak lebih dari sekadar kebijakan komunikasi pada tingkat makro untuk inisiatif jangka panjang, gagasan strategi komunikasi diposisikan di sini sebagai bagian dari perencanaan komunikasi untuk mencapai tujuan yang diinginkan.

Intinya, strategi adalah manajemen dan perencanaan untuk mencapai tujuan. Untuk mencapai tujuan tersebut, strategi harus mampu menunjukkan efektivitas taktik operasional, bukan sekadar memberikan arahan. Hal yang sama berlaku untuk strategi komunikasi, yang menggabungkan manajemen komunikasi dan perencanaan untuk mencapai tujuan yang telah ditetapkan. Dalam artian bahwa pendekatan dapat berubah sewaktu-waktu berdasarkan keadaan, strategi komunikasi ini harus mampu menunjukkan bagaimana operasinya harus dilakukan secara praktis.

Kaye dan Allison (2004:30) Strategi adalah fokus utama atau arah utama suatu organisasi. Berdasarkan uraian di atas, strategi adalah prioritas dan sarana untuk mencapai tujuan organisasi; metode yang digunakan berkaitan dengan misi untuk mewujudkan visi organisasi. Semua pemangku kepentingan dalam organisasi harus terlibat dalam penerapan strategi agar para anggota dapat bekerja sama dan secara konsisten melaksanakan rencana yang telah ditetapkan untuk memenuhi visi dan misi organisasi.

### **2.1.2. Pengertian Komunikasi**

Aspek terpenting dari interaksi manusia dalam kehidupan sehari-hari adalah komunikasi, khususnya komunikasi yang terjadi dalam keluarga, yang merupakan komunitas terkecil. Umpan balik diharapkan dalam komunikasi untuk mencapai tujuan komunikasi. Cum, preposisi yang berarti dengan, bersama-sama dengan, dan unus, angka yang berarti satu, adalah akar kata Latin dari komunikasi. Kata benda cummunio, yang dalam bahasa Inggris menunjukkan kebersamaan, kesatuan, persekutuan, kombinasi, afiliasi, dan kemitraan, diciptakan dari kedua kata ini.

Komunikasi adalah proses berbagi di antara pihak-pihak yang terlibat dalam kegiatan komunikasi. Kata "communication" dalam bahasa Inggris berasal dari bahasa Latin "communicatus," yang berarti berbagi atau menjadi milik bersama. Para ahli leksikograf menyatakan bahwa komunikasi adalah upaya untuk berbagi guna mencapai kesatuan. Ketika dua orang berinteraksi, keduanya ingin memahami pesan yang disampaikan.

Menurut sejumlah ahli, termasuk J.A. Devito, komunikasi didefinisikan sebagai tindakan yang melibatkan satu orang atau lebih yang saling mengirim dan menerima pesan yang terdistorsi oleh interferensi yang terjadi dalam konteks tertentu, memiliki pengaruh tertentu, dan menawarkan peluang untuk umpan balik.

Salah satu penafsirannya adalah bahwa setiap orang membutuhkan komunikasi dalam hidup mereka dan bahwa komunikasi merupakan bagian penting dari diri mereka. Selama ada pemahaman bersama tentang topik yang dibahas, komunikasi akan terjadi ketika dua orang terlibat di dalamnya, misalnya selama percakapan.

Bahasa yang sama yang digunakan dalam diskusi tidak selalu menghasilkan atau melahirkan makna yang sama; sebaliknya, komunikasi didefinisikan sebagai dua orang yang memahami topik yang sedang dibahas. Tingkat di mana masyarakat dapat bekerja sama dengan sukses untuk mencapai tujuan yang telah ditentukan sangat bergantung pada komunikasi. Oleh karena itu, proses penyampaian adalah definisi komunikasi.

Terdapat beberapa taktik komunikasi yang perlu diperhatikan dalam proses komunikasi berkelanjutan. Taktik ini menggunakan komunikasi yang

bersifat koersif, preventif, dan persuasif baik secara internal maupun eksternal. Agar efektif, perlu mempertimbangkan kondisi dan situasi saat ini dan yang diharapkan di masa mendatang baik di lokasi maupun waktu saat menyusun rencana komunikasi. Dengan pendekatan komunikasi ini, terdapat berbagai cara untuk menggunakan komunikasi secara sengaja agar dapat dengan cepat dan mudah mengalihkan audiens (Indarto, 2012).

### **2.1.3. Unsur Unsur Komunikasi**

Berikut ini adalah komponen-komponen proses komunikasi:

1. Komunikator: orang yang menyampaikan pesan (informasi, gagasan, atau ide) kepada orang lain.
2. Pesan: informasi yang akan disampaikan kepada komunikan, yang dimaksud dengan "pesan" dalam konteks ini.
3. Media adalah media yang digunakan untuk menyampaikan pesan dari komunikator kepada komunikan.
4. Komunikan: penerima pesan komunikator.
5. Interferensi: halangan atau hambatan yang muncul selama komunikasi komunikator-komunikan sehingga menimbulkan kesalahpahaman.
6. Umpan balik: reaksi atau masukan komunikan setelah menerima pesan dari komunikator.
7. Efek: dampak atau pengaruh pesan komunikator, yang mengakibatkan perubahan perilaku, pengetahuan, dan kesenjangan antara persepsi dan perasaan.

8. Encoding: encoding adalah proses di mana komunikator menyampaikan pesan melalui simbol, kode, atau sinyal.
9. Decoding adalah interpretasi, resiprositas encoding, atau decoding dari simbol, kode, atau sinyal komunikator.

## 2.2. Media Massa

Komunikasi massa mengacu pada komunikasi melalui media massa kontemporer, seperti surat kabar yang banyak dibaca, siaran radio dan televisi yang ditujukan kepada masyarakat, dan film yang diputar di bioskop. Melalui penggunaan media, komunikasi massa menyebarkan informasi, opini, dan sikap kepada berbagai komunikan (Onong Uchjana Effendy, 2003:80). Ilmu, Teori, dan Filsafat Komunikasi (Effendy, Onong Uchjana, 2003). Bandung: PT. Citra Aditya Bakti

Media massa dapat digunakan untuk menyebarkan pesan kepada masyarakat umum, memengaruhi pengetahuan atau perilaku mereka. Pesan dapat didistribusikan secara merata dan serentak kepada khalayak yang beragam dan besar melalui media massa. Hal ini memungkinkan terciptanya pesan yang dikomunikasikan secara efektif. Ketika pesan disampaikan dengan cara yang meyakinkan khalayak, pesan tersebut dapat digunakan sebagai alat untuk meyakinkan masyarakat umum bahwa banjir merupakan masalah yang memerlukan tindakan kolektif.

Tujuan dari proses komunikasi antara masyarakat dengan media adalah agar pembaca dan pendengar dapat memahami informasi yang disampaikan oleh komunikator. Menurut Ardianto (2007), komunikasi massa memiliki ciri-ciri sebagai berikut:

### 1. Komunikator Terlembagakan

Ciri dari komunikasi massa yang pertama adalah komunikatornya. Ada beberapa orang yang ikut ambil bagian dalam proses komunikasi massa, peralatan yang digunakan dan biaya yang diperlukan dalam pembuatannya bersifat relatif. Komunikasi massa melibatkan lembaga, dan komunikatornya bergerak dalam organisasi yang kompleks.

### 2. Pesan Bersifat Umum

Karena sifatnya yang terbuka, komunikasi massa ditujukan untuk semua individu, bukan hanya beberapa orang terpilih. Media massa dapat menyampaikan informasi tentang peristiwa, fakta, atau sudut pandang. Akan tetapi, tidak semua fakta atau insiden yang terjadi dapat diliput oleh media. Setiap pesan komunikasi massa haruslah penting dan menarik bagi sebagian besar komunikator, atau haruslah penting dan menarik. Oleh karena itu, pesan dari media massa bersifat umum.

### 3. Komunikannya Anonim dan Heterogen

Karena komunikasi massa dilakukan melalui media dan bukan secara langsung, komunikator tidak menyadari keberadaan komunikan (anonim). Komunikan komunikasi massa tidak hanya anonim, tetapi juga beragam, mewakili berbagai tingkatan masyarakat, jenis kelamin, usia, latar belakang budaya, tingkat pendidikan, keyakinan agama, dan latar belakang ekonomi.

### 4. Media Massa Menimbulkan Keserempakan

Komunikasi massa memiliki kelebihan dibandingkan bentuk komunikasi lainnya yaitu dapat menjangkau komunikan dalam jumlah yang tidak terbatas. Menurut Effendy (1993), keserempakan media massa terjadi

ketika sejumlah besar orang terpisah satu sama lain dan berada jauh dari komunikator. Pesan yang sama dapat diterima secara serentak oleh banyak komunikan.

#### 5. Komunikasi mengutamakan isi ketimbang hubungan

Dimensi hubungan mengungkapkan bagaimana para peserta komunikasi saling berhubungan, sedangkan dimensi isi mengungkapkan isi komunikasi, atau apa yang dinyatakan. Fakta bahwa komunikasi memiliki dua dimensi—isi dan hubungan—merupakan salah satu karakteristik mendasarnya.

#### 6. Komunikasi massa bersifat satu arah

Komunikasi langsung antara komunikator dan penerima tidak mungkin terjadi karena adanya media massa. Baik komunikator maupun penerima secara aktif menyampaikan dan menerima pesan, tetapi tidak seperti dalam komunikasi antarpribadi, mereka tidak dapat terlibat dalam percakapan. Hal ini juga menjadi alasan mengapa kelemahan komunikasi massa yang melekat merupakan suatu kerentanan.

#### 7. Stimulasi Alat Indra Terbatas

Jenis media massa menentukan bagaimana indera dirangsang dalam komunikasi massa. Masyarakat menggunakan indera penglihatan dan pendengarannya ketika menonton televisi dan menonton film, tetapi mereka hanya mendengarkan ketika mendengarkan radio. Karena rangsangan indera yang terbatas, aspek komunikasi massa ini juga dianggap sebagai salah satu kekurangannya.

#### 8. Umpan Balik Tertunda (*Delayed*) Dan Tidak Langsung (*Indirect*)

Elemen terpenting dalam proses komunikasi adalah umpan balik.

Umpan balik dari komunikan menunjukkan seberapa efektif pesan tersebut. Komunikator dalam komunikasi massa tidak dapat langsung mengamati bagaimana tanggapan masyarakat terhadap pesan yang disampaikannya.

Menurut Gerbner (2007), komunikasi massa adalah penciptaan dan penyebaran pesan yang paling luas dan berkelanjutan yang dimiliki oleh masyarakat dalam masyarakat industri, dengan mengandalkan lembaga dan teknologi. Menurut definisi yang diajukan Gerbner, komunikasi massa menghasilkan suatu produk berupa pesan-pesan komunikasi. Masyarakat menerima produk secara terus-menerus dalam kurun waktu tertentu, seperti harian, mingguan, atau bulanan. Agar masyarakat industri dapat melakukan komunikasi massa, proses penciptaan pesan tidak dapat dilakukan oleh satu orang saja, melainkan harus dilakukan oleh suatu lembaga dan memerlukan teknologi tertentu (Ardianto, 2007).

### **2.3. Berita**

Kehidupan kita dan berita saling terkait erat. Banyak orang mendefinisikan berita berdasarkan arah mata angin, yang membuat mereka percaya bahwa akan selalu ada kejadian di mana pun mereka berada. Adi Bajuri mendefinisikan berita sebagai laporan tentang suatu peristiwa yang telah terjadi, pemikiran atau sudut pandang seseorang atau kelompok, atau penemuan baru dalam disiplin ilmu apa pun yang dianggap cukup signifikan untuk diliput oleh wartawan agar dapat dipublikasikan di media.

Pendekatan disfemia ini sering digunakan dalam penulisan berita, terutama dalam judul cerita, untuk meninggalkan kesan yang lebih mendalam bagi pemirsa. Pemberitaan peristiwa oleh media, yang dikenal sebagai produk

jurnalistik, merangsang populasi yang mengonsumsi media tersebut. Bahasa baku, yang berfungsi sebagai pedoman penggunaan bahasa nasional, tidak akan selalu memiliki dinamika yang sama dengan bahasa jurnalistik. Bahasa yang digunakan dalam karya jurnalistik akan bervariasi tergantung pada dinamika yang terjadi.

Kata bahasa Sanskerta untuk berita, *vrit*, sebenarnya berasal dari kata *vritta*, yang berarti "ada" atau "terjadi" dalam bahasa Inggris. *Vritta*, yang diterjemahkan menjadi "insiden" atau "peristiwa yang telah terjadi," adalah salah satu penafsirannya. *Vritta* berarti 'berita' atau 'berita' dalam bahasa Indonesia. Di sisi lain, KBBI mendefinisikan berita sebagai laporan atau informasi tentang suatu insiden atau peristiwa yang patut dicatat. Para ahli jurnalisme dan hubungan masyarakat belum memberikan definisi yang tepat tentang berita yang diakui secara luas. Di sisi lain, berita secara lebih sederhana didefinisikan oleh para spesialis jurnalisme sebagai apa yang dimuat di surat kabar, disiarkan di radio, dan ditayangkan di televisi.

Tidak semua berita dapat dipublikasikan; agar berita dianggap layak dipublikasikan, berita tersebut harus faktual, nyata, akurat, objektif, signifikan, dan cukup menarik bagi pembaca, pemirsa, atau pendengar untuk ingin membaca, menonton, atau mendengarkannya. Sebagian besar waktu, berita disajikan sebagai pernyataan yang disiarkan di televisi, radio, atau surat kabar. 5w + 1h (apa, mengapa, di mana, siapa, kapan, dan bagaimana) harus dipertimbangkan saat menulis berita untuk media cetak dan elektronik. *What* berarti apa yang terjadi, *where* berarti di mana peristiwa itu terjadi, *when* berarti kapan peristiwa itu terjadi, *who* berarti siapa yang terlibat, *why* berarti mengapa peristiwa itu bisa terjadi, dan *how* berarti bagaimana peristiwa itu terjadi.

Saat menulis judul berita, seseorang harus menggunakan bahasa yang jelas, tidak ambigu, dan mudah dipahami. Meskipun singkatan dapat digunakan saat membuat judul, singkatan yang digunakan adalah singkatan yang familier dan dipahami oleh pembaca. Paling tidak, judul berita yang baik harus memenuhi sejumlah kriteria, termasuk:

1. Singkat
2. Berlaku
3. Operasional
4. Resmi
5. Perwakilan
6. Menggunakan Bahasa Baku
7. Khusus.

Berita dapat dibagi menjadi tiga kategori dalam berbagai karya sastra: berita mendalam, berita ringan, dan berita keras.

#### 1. Hard News (Berita Berat)

Berita tentang peristiwa yang dianggap penting oleh masyarakat secara keseluruhan, sebagai individu, sebagai kelompok, dan sebagai organisasi disebut sebagai berita keras. Berita keras adalah bagian dari berita langsung yang diklasifikasikan serupa dengan berita langsung dan berita langsung. Komponen utama berita langsung adalah realisme, yang mencakup pelaporan berkelanjutan tentang peristiwa dan pengetahuan terkini. Lebih jauh, karena materinya masih segar dan transparan, masih mudah untuk menemukan fakta atau informasi dalam berita keras itu sendiri.

## 2. *Soft News* (Berita Ringan)

Istilah umum untuk softnews adalah feature news, yaitu berita yang menarik bagi khalayak tetapi tidak terkait dengan kenyataan. Jenis berita ini sering kali menyoroti hal-hal yang mencengangkan atau membuat pemirsa terkagum-kagum.<sup>20</sup> Williamson menggabungkan sejumlah karakteristik, termasuk subjektivitas, orisinalitas, hiburan, nilai informasi, dan keabadian (tidak mudah luntur).

Dalam liputan fitur, kreativitas terwujud sebagai upaya untuk mengembangkan perspektif penulis yang didasarkan pada penelitian faktual. Subjektivitas memungkinkan untuk melaporkan fakta dari sudut pandang orang pertama yang diimbangi oleh emosi dan logika. Informatif mengacu pada pelaporan tentang topik-topik yang sepele namun praktis. Tujuan hiburan adalah untuk membenamkan pembaca atau pemirsa dalam suasana yang digambarkan oleh berita tersebut. Selain itu, karena topiknya dibahas secara mendalam, tidak ada batasan waktu, sehingga tenggat waktu tidak akan menyita waktu liputan fitur tersebut.

## 3. *Indepth News* (Berita Mendalam)

Berita yang berfokus pada peristiwa, fakta, atau sudut pandang yang bernilai berita disebut sebagai berita mendalam. Berita mendalam menempatkan opini atau fakta dalam serangkaian laporan berita dan menunjukkan masalah tersebut dalam konteks yang lebih luas. Berita investigatif, interpretatif, dan komprehensif adalah kategori berita yang termasuk dalam kategori berita mendalam. Khususnya untuk pelaporan investigatif dan interpretatif, berita-berita

tersebut biasanya diangkat terkait dengan masalah atau kejadian yang kontroversial.

## **2.4. Live Streaming**

### **2.4.1 Defenisi Live Streaming**

Live streaming adalah suatu proses penyiaran atau transmisi langsung suatu konten multimedia, seperti video atau audio, melalui internet. Dalam live streaming, konten tersebut dapat disaksikan secara real-time oleh pemirsa tanpa perlu menunggu proses pengunduhan selesai. Seseorang dapat menyaksikan acara atau kejadian yang sedang berlangsung secara instan, bahkan jika berada di lokasi yang berbeda. Proses ini memungkinkan interaksi langsung antara penyiar dan pemirsa melalui fitur komentar atau obrolan, menciptakan pengalaman interaktif. Live streaming digunakan dalam konteks, termasuk siaran acara olahraga, konser musik, presentasi bisnis, dan berbagai kegiatan lainnya.

Live streaming adalah jenis media yang menggunakan satu atau beberapa teknologi komunikasi untuk merekam dan menyiarkan musik dan visual secara langsung, sehingga penonton merasa seolah-olah mereka benar-benar ada di sana (C. C. Chen & Lin, 2018). Di masa lalu, live streaming lebih banyak digunakan untuk menyiarkan video game dan esports (Hilvert-Bruce et al., 2018). Namun, seiring berjalannya waktu, live streaming telah meluas hingga mencakup streaming belanja langsung serta konten terkait video game (Wongkitrungrueng & Assarut, 2020). Banyak pelanggan senang berbelanja daring menggunakan live streaming shopping karena memungkinkan mereka mengajukan pertanyaan yang relevan dan melihat berbagai hal dari berbagai sudut pandang selama proses belanja.

Seperti yang telah disebutkan sebelumnya, aplikasi transmisi video real-time melalui media sosial dan internet bukanlah hal baru; meskipun demikian, live streaming merupakan fenomena baru yang populer (Rein, K., & N. Venturini, T. 2018). Live streaming memungkinkan penonton dan streamer untuk berkomunikasi satu sama lain secara real-time (Hilvert-Bruce et al., 2018). Hal ini diperkuat oleh Jakpat (2022), sebagaimana tabel 1.1 yang mengungkapkan bahwa Shopee memiliki persentase pembeli langsung tertinggi di Indonesia (83,4%), diikuti oleh TikTok (42,2%) dan Instagram (34,1%).

#### **2.4.2 Jenis Aplikasi Vidio Live Streaming**

Aplikasi yang memungkinkan pengguna untuk melihat suatu aksi melalui video langsung yang dilakukan oleh pengguna lain dikenal dengan istilah aplikasi video streaming langsung (Setyawan dan Marzuki, 2018). Fitur ini akhir-akhir ini banyak ditawarkan oleh berbagai layanan video streaming langsung; bahkan, layanan video streaming langsung telah diintegrasikan ke dalam program jejaring sosial yang terkenal. Karena memungkinkan obrolan dan interaksi secara langsung antara pengguna dan host, fitur streaming video langsung sebenarnya cukup bermanfaat untuk komunikasi. Facebook live streaming, Bigo live, live.me, ome.tv, Instagram, dan aplikasi lainnya termasuk di antara aplikasi yang menawarkan layanan streaming video langsung (Islamy, 2016) (dalam Setyawan dan Marzuki, 2018).

#### **2.5 Youtube**

Ribuan orang menonton video di YouTube setiap hari, menjadikannya situs web yang sangat populer untuk berbagi video. 'Visual bergerak' di situs web video ini menyampaikan berbagai informasi. Mereka yang ingin mencari

informasi dalam bentuk video dan melihatnya secara langsung dapat menggunakan situs web ini. Dengan menggunakan peramban web, pengguna dapat menerbitkan dan menonton berbagai video di komunitas YouTube (Miller, 2009). Tiga mantan pekerja perusahaan keuangan daring Amerika Serikat PayPal—Chad Hurley, Steve Chen, dan Jawed Karim—mendukung terciptanya YouTube pada tahun 2005. Nama tempat pizza dan restoran Zepang di San Mateo, California, menjadi inspirasi untuk nama YouTube.

YouTube telah berkembang sangat pesat sejak tahun 2006. Situs web video YouTube bermitra dengan NBC untuk periklanan pada bulan Juni 2006. Google membayar USD 1,65 juta untuk saham situs video YouTube pada bulan Oktober 2006. YouTube menerima sekitar 20 jam unggahan video setiap menit, dengan 6 miliar tampilan setiap hari. Fitur-fitur yang dimungkinkan oleh perkembangan teknologi saat ini sangat bermanfaat dalam memenuhi berbagai kebutuhan pengguna. Masyarakat kini dapat dengan mudah mengakses YouTube hanya dengan internet; mereka dapat menggunakan ponsel untuk membuka aplikasi YouTube kapan saja dan dari lokasi mana pun. Menurut Faiqah et al. (2016), YouTube memiliki sejumlah fitur yang membantu konsumen merasa nyaman menggunakannya.

1. Tidak ada batasan waktu untuk mengunggah video. Hal ini membuat YouTube berbeda dengan aplikasi lain yang memiliki batasan durasi minimum.
2. Mekanisme keamanan yang tepat. YouTube melarang video yang mengandung konten yang melanggar hukum, mengandung SARA, atau mengajukan pertanyaan konfirmasi sebelum mengunggah.

3. Diperoleh. Saat ini, YouTube menawarkan honorarium kepada siapa saja yang mengunggah video dan memperoleh sedikitnya 1000 penayangan. (Theoldman, 2014)
4. Sistem yang offline. Fitur yang memungkinkan pemirsa menonton video mereka secara offline, tetapi mereka harus mengunduhnya terlebih dahulu.
5. Aksesibilitas editor dasar. Pengguna diberi opsi untuk mengubah video mereka sebelum mengirimkannya. Video dapat diedit, warnanya difilter, atau efeknya ditambahkan menggunakan opsi tersebut.

Platform media sosial seperti Facebook, Instagram, WhatsApp, dan lain-lain, serta platform berbasis video seperti YouTube, banyak digunakan di Indonesia. Salah satu platform media sosial yang sering digunakan oleh masyarakat Indonesia adalah YouTube. YouTube digunakan oleh berbagai usia, mulai dari anak-anak, remaja, dewasa, hingga manula. Video sering ditonton untuk berbagai keperluan, seperti memutar musik, menonton tutorial, dan meninjau video. YouTube pasti pernah digunakan oleh pengguna internet untuk bersenang-senang, mendapatkan informasi, atau tutorial video. Banyak bisnis yang memulai saluran YouTube sebagai hasil dari keberhasilan YouTube di komunitas daring.

Siswa mungkin terinspirasi dan termotivasi untuk belajar melalui video. Guru dapat memperoleh manfaat besar dari penggunaan video sebagai alat pengajaran dalam pembelajaran daring. Hal ini menjelaskan mengapa penggunaan konten YouTube untuk pembelajaran memiliki dampak yang menguntungkan bagi guru dan siswa. Pembelajaran melalui media YouTube

merupakan cara bagi guru untuk berkomunikasi dengan siswa dan memotivasi mereka untuk belajar lebih efektif dan terkendali melalui video YouTube yang memudahkan siswa untuk memahami dan menyelidiki sumber belajar yang tersedia. Dengan jutaan video yang dipublikasikan setiap hari dan jutaan pengguna yang mengunjungi media sosial YouTube setiap hari, YouTube menawarkan berbagai macam jenis video.

#### 1. Video musik

Di YouTube, jenis video ini paling banyak ditonton. Agar video mereka dapat diunggah ke YouTube, banyak penyanyi dan musisi yang sibuk mengurus hak cipta dan mendaftarkan royalti.

#### 2. Video film/movie

Di YouTube, penonton dapat menikmati film.

#### 3. Video lucu

video yang dibuat dengan tujuan menghibur penonton. Rating untuk jenis video ini cukup tinggi.

#### 4. Video olahraga

Video ini telah menerima banyak rating, dan tersedia di YouTube bagi mereka yang tidak punya waktu untuk menonton siaran langsung.

#### 5. Video sains dan pendidikan

Jenis video ini menawarkan berbagai sumber daya pendidikan, seperti video yang menjelaskan pokok bahasan tetapi juga menggunakan animasi, kartun, dan visual lainnya untuk membuat pemirsa tetap tertarik dan mencegah kebosanan saat mereka menonton materi pembelajaran.

## 6. Video berita

Berita yang sedang dibahas saat ini ditampilkan dalam video. Banyak orang dapat melihat peristiwa berita di video YouTube, tetapi sedikit yang punya waktu untuk mengikuti berita di televisi.

Nur Rohim (2019) Menurut Dr. Rulli Nasrullah, YouTube merupakan platform jejaring sosial daring yang memuat konten video. Channel YouTube dapat dibuat oleh seseorang untuk menyampaikan informasi. Orang yang memiliki akun adalah pemilik channel tersebut. Pengguna dapat mengunggah video dalam berbagai kategori dari channel tersebut. Dengan demikian, dapat dikatakan bahwa channel YouTube mirip dengan saluran televisi pribadi di media sosial, yakni acara yang ditayangkan ditentukan oleh pemilik channel.

### 2.6. Tribun Medan

Medan adalah rumah bagi surat kabar harian Tribun Medan. Jaringan Tribun mencakup surat kabar ini. Alamat kantor pusatnya adalah Jalan Kiai Haji Wahid Hasyim No. 37, Babura, Medan Baru, Medan, Sumatera Utara. Edisi perdana surat kabar ini terbit pada 27 September 2010. Tagline surat kabar ini adalah "semangat baru Sumatera Utara."

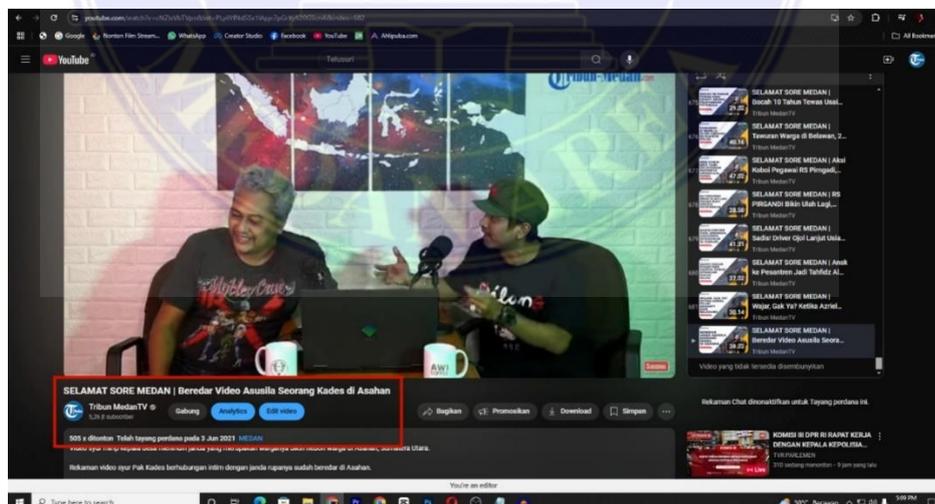
Tribun termasuk dalam divisi regional Kompas Gramedia, yang merupakan kumpulan surat kabar daerah. Dengan perusahaan induknya, Tribun News, yang berkantor pusat di gedung Kompas Group of Regional Newspapers di Jl. Palmerah Selatan No. 3 di Jakarta Pusat, Tribun adalah perusahaan media cetak dan elektronik.



Gambar 2. 1. Logo Dari Tribun Medan

## 2.7. Selamat Sore Medan

Selamat sore medan adalah salah program yang di buat pada 3 juni 2021, program ini hadir dikarenakan konsumsi media yang membeludak membuat tribun medan menghadirkan selamat sore medan dengan mensajikan berita-berita yang sedang berlangsung di kota medan. Program ini ditayangkan di platfrom facebook,tik-tok dan youtube dengan sistem *live streaming*.



Gambar 2. 2. Postingan pertama program selamat sore medan di youtube

Perkembangan jaman yang mengharuskan setiap perusahaan media harus move on dan siap untuk mengikuti perkembangan jaman, media diwajibkan untuk merinovasi gunu meningkatkan jumlah penonton. Fenomena ini terjadi karena minat baca dari masyarakat indonesia sangat minim. Jumlah pembaca dari portal berita sangat turun masyarakat cenderung lebih memilih konten-konten berbasis vidio.

Penonton dari program selamat sore medan memiliki logaritma naik turun, disebabkan semakin banyaknya konten-konten yang tersajikan di youtube. Teknis dari live streaming sendiri memiliki sistem yang tidak dapat diprediksi dikarenakan penonton yang dapat keluar masuk secara bebas. Adapun data penonton selamat sore medan pertahun yakni:

| Konten                   | Penonton    | Tanggal | Status subscription | Sumber subscription | Jenis konten | Playlist | Jenis perangkat | Lainnya |
|--------------------------|-------------|---------|---------------------|---------------------|--------------|----------|-----------------|---------|
| Vital Media              | 14.799.856  | 4,1%    |                     |                     | 499.004,6    | 1,9%     | 2,01            |         |
| Selebrtas dan Hiburan    | 2.115.490   | 0,6%    |                     |                     | 54.661,3     | 0,4%     | 1,33            |         |
| Kriminal dan Hukum       | 7.613.618   | 2,1%    |                     |                     | 364.782,5    | 2,9%     | 2,52            |         |
| Teknik (Pendangan Bebas) | 177.203     | 0,1%    |                     |                     | 15.046,7     | 0,1%     | 5,05            |         |
| PUBLIK                   | 108.081.594 | 29,9%   |                     |                     | 4.562.871,8  | 35,3%    | 2,30            |         |
| Tribun Nasional          | 68.681.932  | 18,9%   |                     |                     | 2.042.300,9  | 16,0%    | 1,60            |         |
| Komunikasi               | 10.672      | 0,0%    |                     |                     | 254,2        | 0,0%     | 1,08            |         |
| Dinas Toba               | 60.087      | 0,0%    |                     |                     | 1.602,8      | 0,0%     | 1,56            |         |
| Kabar Sumatera Utara     | 16.913.780  | 4,7%    |                     |                     | 472.789,5    | 3,7%     | 1,40            |         |
| Konten Edukasi           | 474.800     | 0,1%    |                     |                     | 10.208,4     | 0,1%     | 1,17            |         |
| Kabar Sumatera Utara     | 2.438.739   | 0,7%    |                     |                     | 68.139,1     | 0,5%     | 1,42            |         |
| Tribun Nasional 2        | 46.976.444  | 12,9%   |                     |                     | 1.796.987,4  | 14,2%    | 7,94            |         |
| Salamat Sore Medan       | 94.787      | 0,0%    |                     |                     | 2.782,3      | 0,0%     | 1,45            |         |
| Tribun PSM               | 112.014     | 0,0%    |                     |                     | 2.948,3      | 0,0%     | 1,86            |         |
| Best Practice TEGAS      | 40.476      | 0,0%    |                     |                     | 689,3        | 0,0%     | 1,01            |         |
| MANAM ON THE SPOT        | 12.902      | 0,0%    |                     |                     | 239,6        | 0,0%     | 1,12            |         |
| GLOBAL UPDATE            | 288.747     | 0,1%    |                     |                     | 8.874,1      | 0,1%     | 2,13            |         |
| KEDEKAWANG               | 6.097       | 0,0%    |                     |                     | 209,4        | 0,0%     | 2,03            |         |
| Smartgen Tribun Medan    | 14.825      | 0,0%    |                     |                     | 1.001,6      | 0,0%     | 4,03            |         |
| Berita Nasional          | 9.064.698   | 2,5%    |                     |                     | 347.080,5    | 2,7%     | 2,17            |         |

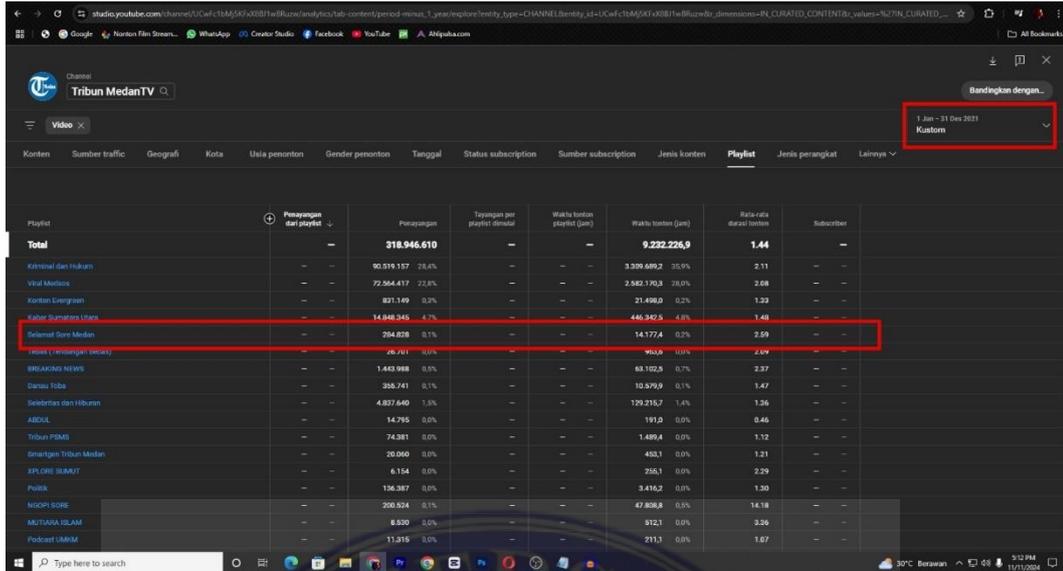
Gambar 2. 3. Jumlah penonton selamat sore medan tahun 2024

| Playlist                  | Penonton dari playlist | Penonton       | Turunan per viewer di media | Waktu tonton playlist (jam) | Waktu tonton (jam) | Rata-rata durasi tonton | Subscriber  |
|---------------------------|------------------------|----------------|-----------------------------|-----------------------------|--------------------|-------------------------|-------------|
| Tribun Nasional           | —                      | 65.459.116     | 13,6%                       | —                           | 1.797.064,7        | 13,2%                   | 1,38        |
| Selamat dan Hiburan       | —                      | 10.834.007     | 2,2%                        | —                           | 207.473,9          | 1,8%                    | 1,10        |
| Kabar Sumatera Utara      | —                      | 30.747.419     | 6,4%                        | —                           | 723.947,4          | 5,9%                    | 1,24        |
| Demas Toba                | —                      | 106.043        | 0,0%                        | —                           | 2.596,3            | 0,0%                    | 1,59        |
| Berita Nasional           | —                      | 20.724.456     | 4,3%                        | —                           | 815.793,7          | 6,0%                    | 2,21        |
| Konten Evergreen          | —                      | 1.048.283      | 0,2%                        | —                           | 17.962,0           | 0,1%                    | 1,01        |
| Kabar Sumatera Utara      | —                      | 11.667.504     | 2,4%                        | —                           | 271.139,0          | 2,0%                    | 1,23        |
| Tribun PSMS               | —                      | 90.139         | 0,0%                        | —                           | 1.741,1            | 0,0%                    | 1,09        |
| Teknis (Tendangan Bebas)  | —                      | 154.844        | 0,0%                        | —                           | 6.977,5            | 0,1%                    | 3,51        |
| <b>Selamat Sore Medan</b> | —                      | <b>292.859</b> | <b>0,1%</b>                 | —                           | <b>6.637,7</b>     | <b>0,1%</b>             | <b>1,58</b> |
| GLOBAL UPDATE             | —                      | 1.467.919      | 0,3%                        | —                           | 39.917,9           | 0,3%                    | 1,54        |
| Smartgan Tribun Medan     | —                      | 34.863         | 0,0%                        | —                           | 1.626,4            | 0,0%                    | 2,47        |
| LIVE REPORT               | —                      | 182.309        | 0,0%                        | —                           | 6.916,7            | 0,1%                    | 2,16        |
| Traveling                 | —                      | 24.819         | 0,0%                        | —                           | 543,0              | 0,0%                    | 1,19        |
| Speak Up                  | —                      | 55.991         | 0,0%                        | —                           | 6.103,3            | 0,0%                    | 5,52        |
| TESIS PALA DINIA          | —                      | 354            | 0,0%                        | —                           | 6,1                | 0,0%                    | 0,51        |
| KETERANGAN                | —                      | 16.249         | 0,0%                        | —                           | 1.104,7            | 0,0%                    | 4,54        |
| Talkshow Peristiwa        | —                      | 1.060          | 0,0%                        | —                           | 20,4               | 0,0%                    | 1,09        |
| Kabar Internasional       | —                      | 86.537.463     | 18,0%                       | —                           | 1.640.295,2        | 12,1%                   | 1,08        |
| BREAKING NEWS             | —                      | 244.214        | 0,1%                        | —                           | 10.198,3           | 0,1%                    | 2,30        |
| FAMA TENDAH               | —                      | 12.732         | 0,0%                        | —                           | 843,7              | 0,0%                    | 3,58        |

Gambar 2. 4. Jumlah penonton selamat sore medan tahun 2023

| Playlist                  | Penonton dari playlist | Penonton       | Turunan per viewer di media | Waktu tonton playlist (jam) | Waktu tonton (jam) | Rata-rata durasi tonton | Subscriber  |
|---------------------------|------------------------|----------------|-----------------------------|-----------------------------|--------------------|-------------------------|-------------|
| Kriminal dan Hukum        | —                      | 282.150.873    | 22,3%                       | —                           | 8.850.091,5        | 24,7%                   | 1,52        |
| Perang Rusia VS Ukraina   | —                      | 223.483.179    | 17,7%                       | —                           | 5.689.889,2        | 15,9%                   | 1,31        |
| Vital Medica              | —                      | 118.315.197    | 9,4%                        | —                           | 3.532.990,3        | 9,8%                    | 1,47        |
| Selamat dan Hiburan       | —                      | 60.725.146     | 4,8%                        | —                           | 1.221.370,5        | 3,4%                    | 1,12        |
| Romantis                  | —                      | 107.266        | 0,0%                        | —                           | 1.196,9            | 0,0%                    | 0,40        |
| BREAKING NEWS             | —                      | 3.343.932      | 0,3%                        | —                           | 144.983,4          | 0,4%                    | 2,35        |
| Berita Nasional           | —                      | 999.876.181    | 77,4%                       | —                           | 17.447.291,5       | 48,2%                   | 1,45        |
| GLOBAL UPDATE             | —                      | 9.676.969      | 0,8%                        | —                           | 328.793,1          | 0,9%                    | 2,02        |
| Konten Evergreen          | —                      | 11.397.863     | 0,9%                        | —                           | 991.402,1          | 0,9%                    | 1,32        |
| Publik                    | —                      | 4.745.254      | 0,4%                        | —                           | 119.450,3          | 0,3%                    | 1,30        |
| Kabar Sumatera Utara      | —                      | 60.905.349     | 4,8%                        | —                           | 1.751.146,9        | 4,9%                    | 1,43        |
| Andri Sitinj              | —                      | 1.797.896      | 0,1%                        | —                           | 60.113,4           | 0,1%                    | 7,74        |
| <b>Selamat Sore Medan</b> | —                      | <b>744.999</b> | <b>0,1%</b>                 | —                           | <b>28.036,1</b>    | <b>0,1%</b>             | <b>2,15</b> |
| Traveling                 | —                      | 54.796         | 0,0%                        | —                           | 91,7               | 0,0%                    | 1,00        |
| Teknis (Tendangan Bebas)  | —                      | 136.093        | 0,0%                        | —                           | 9.056,4            | 0,0%                    | 3,59        |
| Sports                    | —                      | 1.023.908      | 0,1%                        | —                           | 27.798,8           | 0,1%                    | 1,37        |
| Tribun PSMS               | —                      | 29.906         | 0,0%                        | —                           | 472,1              | 0,0%                    | 0,56        |
| FIFA World Cup Qatar      | —                      | 297.221        | 0,0%                        | —                           | 4.610,3            | 0,0%                    | 0,55        |
| Smartgan Tribun Medan     | —                      | 35.197         | 0,0%                        | —                           | 1.711,2            | 0,0%                    | 2,55        |
| Podcast UMM               | —                      | 10.907         | 0,0%                        | —                           | 191,5              | 0,0%                    | 1,03        |

Gambar 2. 5. Jumlah penonton selamat sore medan tahun 2022



Gambar 2. 6. Jumlah penonton selamat sore medan tahun 2021

## 2.8. Teori Uses And Gratifications

Teori ini awalnya diajukan oleh Herbert Blumer dan Elihu Katz. Menurut teori kegunaan dan kepuasan mereka, pengguna media berpartisipasi aktif dalam proses komunikasi dengan memilih dan menggunakan media. Dalam upaya untuk memenuhi keinginan mereka, konsumen media mencari sumber media terbesar. Hal ini menunjukkan bahwa hipotesis kegunaan dan kepuasan mengasumsikan bahwa konsumen memiliki pilihan lain untuk memenuhi keinginan mereka.

Masalah utama dengan teori kegunaan dan kepuasan bukanlah bagaimana media mengubah sikap dan perilaku audiensnya, melainkan bagaimana media memenuhi kebutuhan sosial dan pribadi mereka. Oleh karena itu, tanggung jawabnya ada pada audiens yang terlibat, yang secara sadar menggunakan media untuk mencapai tujuan tertentu. Effectivei (2003), hlm. 289-290. Gagasan bahwa komunikasi, khususnya media massa, tidak memiliki kemampuan untuk mempengaruhi audiens adalah titik awal untuk penelitian

tentang hipotesis kegunaan dan kesenangan. Prinsip dasar teori kegunaan dan kesenangan adalah bahwa audiens terutama menggunakan media massa untuk tujuan tertentu. Diyakini bahwa media berusaha untuk memuaskan keinginan audiensnya. Kebutuhan audiens akan terpenuhi jika tujuan ini tercapai.

Menurut Mcquail (1972), ada beberapa alasan untuk menggunakan media massa, antara lain:

1. Informasi, motif ini berkaitan dengan usaha untuk:
  1. mencari berita tentang situasi dan peristiwa yang berkaitan dengan dunia, masyarakat, dan lingkungan setempat;
  2. mencari saran tentang berbagai masalah dunia nyata, sudut pandang, dan topik yang terkait dengan pengambilan keputusan;
  3. memenuhi minat dan keingintahuan yang luas;
  4. pendidikan, pembelajaran mandiri, dan
  5. mengembangkan rasa tenang melalui pembelajaran lebih lanjut.
2. Identitas pribadi, motif ini berkaitan dengan usaha untuk:
  1. Mengidentifikasi diri dengan cita-cita lain (di media);
  2. Menemukan penguatan untuk nilai-nilai diri sendiri; dan
  3. Memperoleh pemahaman yang lebih baik tentang diri sendiri.
  4. Tujuan integrasi dan interaksi sosial dikaitkan dengan inisiatif untuk:
    1. Mengembangkan empati sosial dan memahami situasi orang lain;
    2. Mengidentifikasi diri dengan orang lain dan merasa lebih menjadi bagian dari kelompok;

3. Menemukan keterlibatan sosial dan pembuka percakapan;
  4. Berteman dengan makhluk nonmanusia;
  5. Membantu peran sosial; dan
  6. Memungkinkan komunikasi dengan teman, keluarga, dan masyarakat
3. Hiburan, motif ini berkaitan dengan usaha untuk:
1. Untuk menenangkan diri atau melepaskan diri dari masalah;
  2. Untuk melepas lelah;
  3. Untuk merasakan kepuasan estetis dan spiritual;
  4. Untuk menghabiskan waktu;
  5. Untuk mengekspresikan perasaan; dan
  6. Untuk merangsang hasrat seksual

## 2.9. Penelitian Terdahulu

Peneliti menggunakan judul “Strategi komunikasi Tribun Medan dalam menyajikan berita melalui konten live streaming “Selamat Siang Medan” di YouTube sebagai acuan dan sarana pembelajaran karena menurut pengamatan peneliti, terdapat beberapa penelitian yang relevan terkait dengan hal tersebut. Penelitian tersebut antara lain:

**Tabel 1. Penelitian Terdahulu**

| No | Judul Nama  | Teori  | Hasil Penelitian   | Persamaan & Perbedaan   |
|----|---|--|--|---|
| 1  | Strategi Komunikasi Pemasaran Tribun Medan Dalam Menghadapi Persaingan Bisnis Media Di Era Digital Zulkarnian Rito (2021) | Teori Yang Digunakan Dalam Penelitian Ini Adalah Strategi Komunikasi Pemasaran 4p (Produk, Price, Place, Promotion) Dari Kotler Yang Dikombinasikan Dengan Analisis Swot (Strengths, Weakness, Opportunity, Threats). Metode Penelitian Ini Menggunakan Pendekatan Deskriptif Kualitatif | Berdasarkan Hasil Penelitian Tribun Medan Telah Membangun Media Online, Media Sosial Serta Mengembangkan Tribun Event Organizer Sebagai Bisnis Media Masa Depan Jika Media Cetak Tribun Medan Tutup. Sisi Produk, Tribun Medan Mempunyai Media Cetak, Media Online, Sosial Media Dan Event Organizer. Setiap Konten Berita Yang Diproduksi Oleh Reporter Baik Dalam Tulisan Atau Video Akan Diolah Menjadi Konten Berita Yang Menarik, Akurat, Berbeda Sesuai Kebutuhan Platform Medianya (Cetak/Online/Sosial Media). Berita Cetak Dengan Konsep Easy Reading (Mudah Dipahami), Pemilihan Foto/Gambar/Grafis Yang Menarik Dan Pemilihan Angle Berita Yang Beda. | Persamaan Dari Penelitian Ini Adalah Sama-Sama Meneliti Cara Tribun Medan Dalam Bertahan Dan Bersaing Di Era Digital. Perbedaannya Adalah Penelitian Ini Berfokus Di Cara Tribun Medan Dalam Bertahan Di Era Digital, Sedangkan Penelitian Ini Adalah Berfokus Kepada Tim Dari Tribun Medan Dalam Memaksimalkan Kinerjanya Di Dalam Membuat Konten Agar Tetap Dapat Bersaing. Dikarenakan Banyaknya Konten Kreator Pada Jaman Saat Ini. |
| 2  | Strategi Komunikasi Penyiar Dalam Menyampaika   | Penelitian Ini Bersifat Kualitatif Yang Bertujuan Untuk Melakukan Analisis Dengan Menggunakan Teori Komunikasi Harold  | Radio 94.4 Fm D!Radio Lampung Telah Mempunyai Andil Besar Atau Bahkan Setidaknya Memberikan Harapan-Harapan Khalayak Pendengar Di Lampung, Tentang Perilaku Yang Pantas Serta Aktifitas Yang   | Persamaanya Adalah Sama-Sama Meneliti Strategi Untuk Menarik Minat Pendengar Dengan Cara, Juga Memberikan Sebuah Kata-Kata Yang Diselipkan Di Saat  |

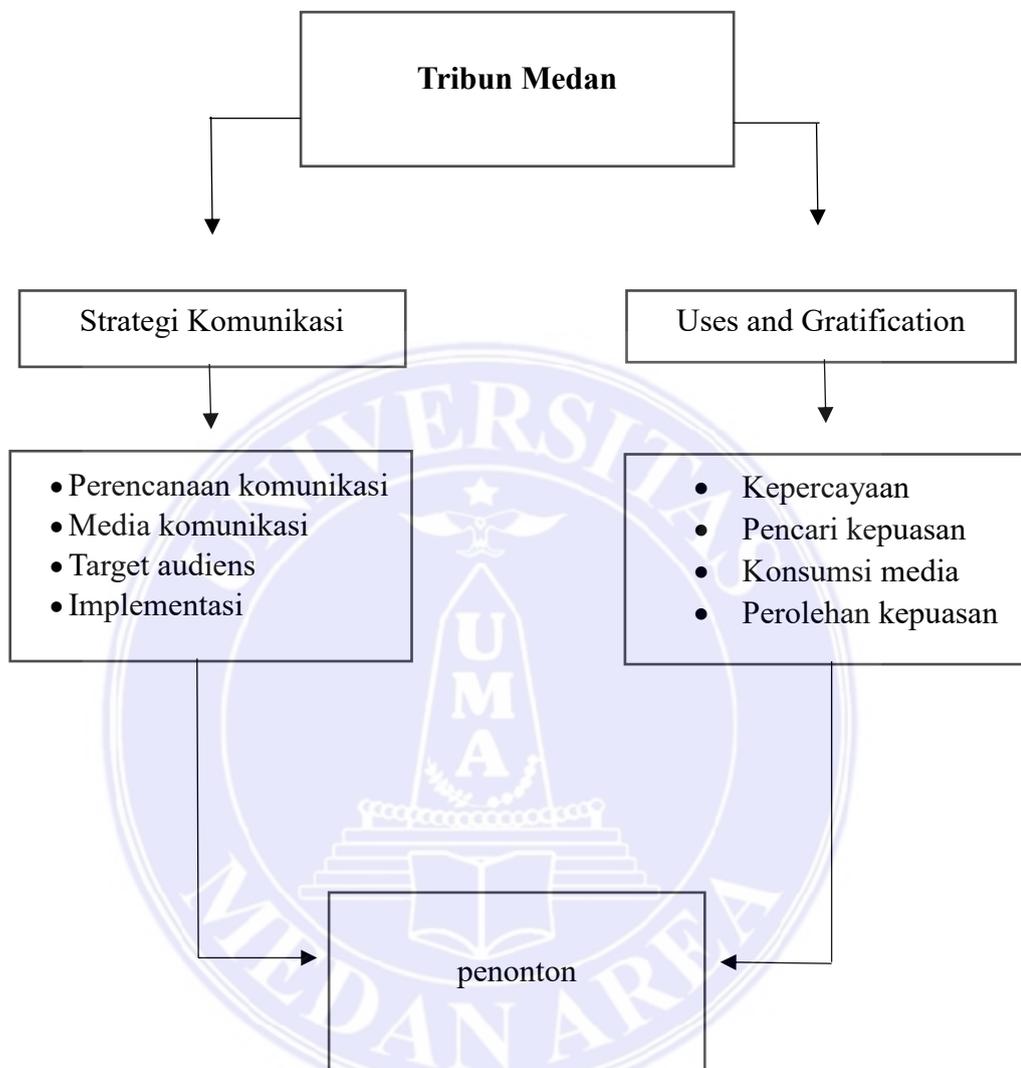
|   |   |  |  |  |
|---|---|--|--|--|
|   | n Pesan-Pesan Dakwah Di D!Radio Lampung Woro Purdiningtiyas (2018)  | D. Lasswell Dengan Teori Komunikasi Melvin L. DeFluer. Kedua Teori Tersebut Pada Intinya Sama Yaitu Bagaimana Memecahkan Permasalahan Yang Dihadapi Strategi   | Sesuai Dengan Agama. D!Radio Tidak Hanya Melakukan Siaran Dakwah Yaitu Tetapi Juga Memberikan Sebuah Kata-Kata Yang Diselipkan Di Saat Siaran Yang Dirangkai Menjadi Sebuah Pesan Yang Berguna Untuk Pendengar D!Radio Yang Mana Sebuah Rangkaian Pesan Yang Disampaikan Akan Berdampak Positif Bagi Pendengar.  | Siaran Yang Dirangkai Menjadi Sebuah Pesan Yang Berguna Untuk Pendengar D!Radio Perbedaannya Adalah, Penelitian Ini Berfokus Kepada Penyiar Bagaimana Strategi Penyiar Untuk Menarik Minat Penonton, Penelitian Ini Tidak Berfokus Kepada Agenda Besar Yaitu Dakwah.                               |
| 3 | Strategi Komunikasi Pemasaran Harian Waspada Medan Dalam Menghadapi Persaingan Dengan Media Online Siti Nurzanna (2018) | Dalam Penelitian Ini Metode Yang Digunakan Adalah Deskriptif Kualitatif. Uraian Teoritis Yang Dipakai Pada Penelitian Ini Komunikasi Massa, Media Cetak, Media Online, Komunikasi Pemasaran, Strategi Komunikasi Pemasaran, Dan Persaingan | Harian Waspada Menggunakan Komunikasi Pemasaran Seperti Periklanan, Promosi Penjualan, Hubungan Masyarakat, Penjualan Pribadidan Pemasaran Langsung. Harian Waspada Menggunakan Bauran Pemasaran Yaitu Produk, Price (Harga), Place (Tempat) Dan Promosi Dalam Menghadapi Persaingan Dengan Media Online. Harian Waspada Lebih Mengedepankan Menjalin Hubungan Baik Dengan Konsumen Dan Masyarakat Dalam Menghadapi Persaingan Dengan Media Online. Dalam Menghadapi Persaingan Bukan Hanya Dari Segi Teknologi Dan Kecepatan Berita Tapi Melainkan Ketepatan Dan Menjalin Hubungan Dengan Eksternal Dan Internal. Harian Waspada Tetap Melakukan Menerbitan Koran Tapi Juga Menggunakan Media Online Dalam Menghadapi Persaingan Dengan Media Online. | Persamaan Dari Penelitian Ini Adalah Untuk Menentukan Strategi Yang Di Gunakan Dalam Menghadapi Perkembangan Media Digital Yang Begitu Pesat. Perbedaannya Dalam Penelitian Ini Langkah Yang Di Ambil Adalah Lebih Menfokuskan Untuk Melakukan Promosi Agar Waspada Tetap Dikenal Oleh Masyarakat. |

|   |  |   |  |  |
|---|--|---|--|--|
| 4 | Strategi Komunikasi Pemasaran Media Cetak Di Era Digital Ling Irwansyah (2022) | Dalam Penelitian Ini Metode Yang Digunakan Adalah Deskriptif Kualitatif. Teori Integrated Marketing Communication (Imc) Istilah “Integrated Marketing Communications” (Imc) Mengacu Pada Interaksi Berbagai Komponen Promosi Dengan Inisiatif Pemasaran Lainnya Dalam Rangka Berkomunikasi Dengan Konsumen (Hasri, 2017). | Langkah Yang Diambil Periklanan Pasudara Ekspres Adalah Promosi Dengan Cara Iklan Media Cetak Yang Digunakan Pasundan Ekspres Antara Mensisipkan Harga Berlangganan Dan Eceran Oplah Koran Di Koran Pasundan Ekspres, Dan Sticker Pasundan Ekspres. Langkah Ke Dua Yang Diambil Adalah Promosi Penjualan Permainan, Baik Berupa Konten Tanpa Hadiah Di Media Sosial Instagram Hingga Permainan Berhadiah. (Kliping Pasundan Ekspres), Hadiah Berupa Merchandise Dan Giveaway, Diskon Pada Perayaan Hari-Hari Besar, Namun Dikarenakan Pasundan Ingin Mempertahakan Eksistensi Oplah Koran Dalam Mempromosikan Penjualan Lebih Ke Pelayanan Yang Khusus Pelayanan. Langkah Ketiga Yang Digunakan Adalah Humas Dan Puplicitas Talkshow Sebagai Bentuk Edukasi Sekaligus Mempublikasikan Produk Oplah Koran Pasundan Ekspres. Publikasi Yang Bekerja Sama Dengan Mitra Pemerintah Selain Itu Juga Pasundan Ekspres Bekerjasama Atau Sponsorship Dan Goes To School. | Persamaan Dari Penelitian Ini Adalah Dengan Memanfaatkan Media Digital Dalam Strategi Promosi Untuk Melakukan Langkah Agar Tidak Terjadinya Kebangkrutan. Perbedaan Dari Penelitian Ini Adalah Pasunda Exspres Adalah Lebih Memfokuskan Promosi Dengan Memberikan Banyak Tawaran Diskon Dan Lainnya. |
| 5 | Strategi Kreatif Konten Kreator Dalam  | Penelitian Ini Menggunakan Metode Deskriptif Kualitatif Dan Menggunakan Teknik Pengumpulan Data   | Strategi Kreatif Yang Digunakan Oleh Konten Kreator Dalam Penelitian Ini Meliputi Beberapa Hal Sebagai Berikut: 1. Menonton Video Channel Luar Negeri Dan Membuat Ulang Videonya Dengan Menggunakan Bahasa   | Persamaan Dalam Penelitian Ini Adalah Memberitahukan Bahwa Youtube Adalah Media Yang Efektif Dalam Melakukan Komunikasi Massa, Dikarenakan   |

|  |  |   |   |   |
|--|--|---|---|---|
|  | <p>Memproduksi Vidio Di Akun Youtube Angr</p> <p>Muhammad Rikza Priatna (2023)</p> | <p>Wawancara, Observasi, Dan Dokumentasi. Teori New Media</p> | <p>Indonesia Sebagai Sumber Menentukan Ide. Inspirasi Dalam</p> <p>2. Konten Kreator Menciptakan Video Cosplay Karakter Anime Yang Ditujukan Untuk Audiens Yang Suka Anime. Selain Itu Juga Opening Konten Yang Menjadi Ciri Khasnya.</p> <p>3. Membangun Interaksi Serta Menerima Saran Dari Subscriber Akan Menjadikan Channel Angr Terus Berkembang.</p> <p>4. Memilih Platform Youtube Sebagai Tempat Distribusi Konten Serta Dibantu Aplikasi Lain Seperti Instagram Dan Tiktok Sebagai Media Promosi Konten.</p> <p>5. Mengunggah Video Pada Algoritma Jam Penayangan Yang Tepat.</p> | <p>Banyaknya Peminat Dalam Paltfrom Youtube Sendiri. Perbedaananya Adalah Penelitian Ini Tidak Menjelaskan Secarah Rinci Terkait Strategi Komunikasi Hanya Saja Menjelaskan Strategi Yang Di Pakai Oleh Chenel Youtube Angr</p> |
|--|--|---|---|---|

## 2.9. Kerangka Berfikir

**Bagan 1. Kerangka Pikir**



## BAB III

### METODE PENELITIAN

#### 3.1 Metode Penelitian

Pendekatan penelitian kualitatif adalah pendekatan yang digunakan. Investigasi mendalam yang mencari informasi spesifik dari kasus-kasus yang diamati dikenal sebagai penelitian kualitatif. Bogdan dan Taylor (1992) mendefinisikan penelitian kualitatif sebagai metode yang menghasilkan data deskriptif tentang tulisan, suara, dan perilaku subjek yang diamati. Membuat fakta-fakta menjadi mudah dipahami adalah tujuan utama penelitian kualitatif, yang tidak menekankan pembuatan prediksi berdasarkan berbagai fakta yang ditemukan (Morissan, 2012). Singkatnya, penelitian kualitatif bertujuan untuk memberikan tanggapan mendalam terhadap suatu fenomena atau item dengan berfokus pada fakta-fakta spesifik yang kemudian diperiksa dan disajikan secara naratif.

Kriyantono (2010: 56–57) membandingkan hal ini dengan penelitian deskriptif kualitatif, yang tidak menguji hipotesis atau membuat prediksi, tetapi lebih kepada menceritakan kembali suatu situasi atau rangkaian peristiwa. Tujuan penelitian deskriptif adalah menyajikan fakta-fakta dari suatu topik secara akurat dan metodis.



## 2. Informasi Sekunder

Dengan mengumpulkan informasi yang relevan dari berbagai sumber termasuk buku, jurnal, internet, penelitian sebelumnya, dan hipotesis yang mendukung, data sekunder digunakan untuk mendukung dan menyempurnakan data primer.

### 3.4. Teknik Pengumpulan Data

Karena tujuan utama penelitian adalah mengumpulkan informasi yang memenuhi kriteria yang ditetapkan untuk mengatasi masalah yang dirumuskan dalam penelitian, pengumpulan data biasanya merupakan langkah utama dalam proses penelitian.

Teknik pengumpulan data merupakan bagian penting dari setiap proyek penelitian. Agar data dapat diandalkan dan, tentu saja, mendukung temuan penelitian, metode pengumpulan data harus sejalan dengan masalah yang diteliti.

#### 1. Wawancara

Wawancara merupakan salah satu metode pengumpulan data ketika peneliti ingin melakukan investigasi awal untuk mengidentifikasi isu-isu yang memerlukan investigasi lebih lanjut dan ketika peneliti ingin memperoleh informasi yang lebih rinci dari partisipan, menurut Sugiyono (2016: 194). Untuk menyampaikan berita “Selamat Siang Medan” di YouTube, selanjutnya peneliti akan mengumpulkan informasi mengenai strategi komunikasi Medan Tribune. Pertanyaan yang akan diajukan kepada informan akan disiapkan oleh peneliti.

#### 2. Observasi

Dalam penelitian ini, observasi mengacu pada pengamatan langsung terhadap informan saat pertemuan tatap muka di lokasi penelitian mengenai isu-isu yang berkaitan dengan topik yang diteliti.

#### 1. Kajian Pustaka

Sumber pustaka meliputi buku, terbitan berkala, majalah, hasil penelitian (disertasi dan tesis), dan lain-lain.

### 3.5. Informan Penelitian

Dengan menggunakan prosedur purposive sampling, peneliti memilih informan untuk penelitian ini berdasarkan tujuan atau pertimbangan yang telah ditetapkan sebelumnya.

Pengambilan informasi dari informan didasarkan pada maksud dan tujuan yang telah ditetapkan sebelumnya (Yusuf, 2014: 369). Pimpinan Medan Tribune yang dimaksud adalah para pelaku yang terlibat langsung dalam penelitian ini dan dipilih sebagai informan penelitian berdasarkan kriteria berikut: mereka harus berkompeten dan mengetahui isu yang sedang dibahas.

1. Berada di bidang studi
2. Familiar dengan isu atau kejadian
3. Memiliki kemampuan argumentatif yang kuat
4. Merasakan dampak dari peristiwa atau isu
5. Terlibat langsung dalam isu tersebut.

Informan, atau orang yang dipekerjakan sebagai sumber informasi dalam penelitian kualitatif, harus memenuhi persyaratan khusus untuk mengidentifikasi dan mengatasi masalah yang menjadi perhatian. Tentu saja, kualitas data yang

dikumpulkan selama observasi informan atau prosedur pengumpulan informasi bergantung pada kualitas pribadi informan, karena ini akan menentukan keabsahan data. Berikut ini adalah beberapa persyaratan untuk informan penelitian:

1. Sehat jasmani dan rohani.
2. Usia minimal 20 tahun
3. Memiliki informasi tentang topik penelitian.
4. Saat ini saya bekerja di Medan Tribune.
5. Bersedia dan bersedia berpartisipasi sebagai informan penelitian.
6. Apakah Anda memiliki perangkat atau pernah menonton siaran langsung Medan Tribune di YouTube?

Teknik kualitatif digunakan untuk melakukan penelitian ini, dan informan kunci, informan primer, dan informan tambahan penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Informan kunci adalah orang-orang yang mengetahui dan memiliki berbagai informasi mendasar yang dibutuhkan untuk penelitian, atau yang dihubungi secara berantai untuk memperoleh informasi dari orang-orang yang telah diwawancarai atau dihubungi. Teknik bola salju memilih subjek atau sampel berdasarkan rekomendasi dari orang-orang yang cukup kuat untuk diwawancarai dan yang sejalan dengan penelitian. Operator Medan Tribune dan koordinator liputan bertindak sebagai informan utama penelitian.
2. Informan primer adalah orang dan organisasi yang menyediakan informasi awal atau sumber berita untuk contoh teknis kesulitan studi. "Aktor utama"

dari sebuah kisah atau narasi adalah contoh informan primer dalam penelitian kualitatif. Orang yang memiliki pengetahuan langsung tentang masalah penelitian dianggap sebagai informan primer. Jurnalis Tribun dan pembawa acara streaming langsung berperan sebagai informan utama studi.

3. Informan tambahan adalah orang atau organisasi yang digunakan sebagai sumber informasi atau isu sekunder sekaligus memberikan keterangan yang memperkuat sumber data fundamental yang berkaitan dengan masalah penelitian. Orang yang dapat memberikan informasi tambahan untuk melengkapi analisis dan pembahasan penelitian kualitatif disebut sebagai informan pendukung. Kadang-kadang, informan tambahan memberikan informasi yang tidak diberikan oleh informan utama atau informan utama. Pemirsa siaran langsung Selamat Sore Medan di YouTube berperan sebagai informan tambahan untuk penelitian ini.

### 3.6. Teknis Analisis Data

Untuk menganalisis data, peneliti menggunakan analisis isi, yang juga dikenal sebagai analisis data. Data dikumpulkan dari berbagai sumber dengan menggunakan berbagai metode pengumpulan data (triangulasi) dalam penelitian kualitatif, yang dilakukan terus-menerus hingga datanya jenuh. Analisis data model Miles dan Huberman digunakan dalam penelitian ini.

#### 1. Reduksi data

Proses pemilihan, pemusatan perhatian pada penyederhanaan, pengabstraksian, dan modifikasi data mentah yang muncul dari catatan lapangan dikenal sebagai reduksi data. Dengan meringkas, memilih, dan memusatkan perhatian pada

informasi kunci, reduksi data tercapai. Untuk memangkas data, peneliti memusatkan perhatian pada bagian live streaming Medan Tribune dan anggota staf Tribune yang terlibat aktif dalam strategi komunikasi Tribune dengan menyediakan berita melalui video live streaming "Selamat Siang Medan" di YouTube.

## 2. Penyajian data

Kumpulan data terorganisasi yang memungkinkan inferensi dan tindakan adalah penyajian data yang dimaksud Miles dan Huberman. Penulisan naratif adalah format yang paling populer untuk menyajikan data kualitatif. Untuk menghasilkan data yang benar, peneliti menyajikan temuan mereka dalam bentuk prosa naratif.

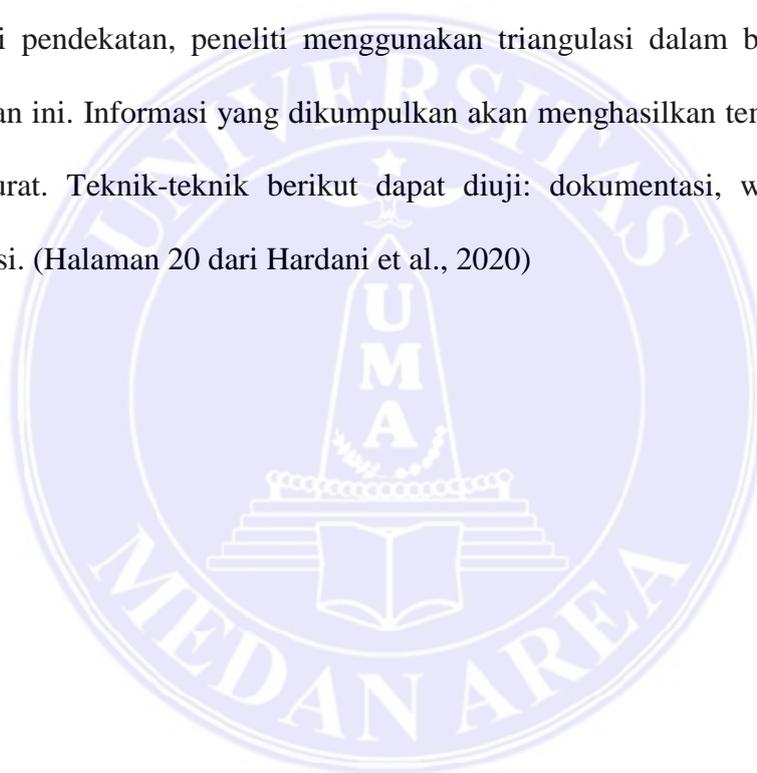
## 3. Kesimpulan

Menurut Miles dan Huberman (2014: 18), menarik kesimpulan hanyalah satu aspek dari keseluruhan persiapan. Selama penelitian, kesimpulan juga dikonfirmasi. Verifikasi bisa secepat analisis (peneliti) berpikir ulang saat menulis atau meninjau catatan lapangan, atau bisa juga selengkap dan melelahkan seperti meninjau dan bertukar ide dengan teman untuk membuat kesepakatan intersubjektif atau melakukan banyak pekerjaan untuk memasukkan salinan temuan ke dalam kumpulan data lain.

### 3.7. Teknik Kebasahan Data

Karena keterlibatan penuh peneliti dalam penelitian, banyak penelitian kualitatif yang diragukan kebenarannya. Ada banyak kekurangan jika pengumpulan data melalui observasi dan wawancara tidak terkendali. Oleh karena itu, peneliti menggunakan teknik triangulasi untuk menilai keabsahan data agar

dapat memberikan hasil penelitian yang lebih dapat dipercaya. Menggunakan berbagai sumber data dan teknik pengumpulan data untuk mengonfirmasi hasil dikenal sebagai triangulasi, atau melihat sesuatu dari berbagai perspektif. Mengingat bahwa hal tersebut tidak terbatas pada tiga sudut tetapi dapat mencapai dua atau bahkan lebih sedikit jika dianggap cukup atau tidak memungkinkan untuk ditingkatkan menjadi tiga, penulis menyebut situasi ini sebagai multiangulasi. Untuk membandingkan data yang diperoleh dengan menggunakan berbagai pendekatan, peneliti menggunakan triangulasi dalam bagian prosedur penelitian ini. Informasi yang dikumpulkan akan menghasilkan temuan yang kuat dan akurat. Teknik-teknik berikut dapat diuji: dokumentasi, wawancara, dan observasi. (Halaman 20 dari Hardani et al., 2020)



## **BAB V**

### **KESIMPULAN DAN SARAN**

#### **5.1. Kesimpulan**

Penelitian Yang dilakukan peneliti dengan judul, strategi komunikasi tribun medan dalam menyajikan berita melalui konten live streaming selamat sore medan di youtube, mendapatkan hasil analisis penelitian yang dapat disimpulkan sebagai berikut:

1. Strategi komunikasi tribun medan dalam menyajikan berita selamat sore medan di youtube memiliki beberapa strategi, strategi yang paling utama yang dilakukan tribun medan adalah pemilihan host. Pemilihan host dalam program siaran berita adalah kunci, host yang berperan menghakodain suatu program. Host juga memiliki peran yang sangat penting dan harus memiliki skil bicara yang baik agar pesan yang disampaikan tidak salah. Strategi yang kedua adalah pemilihan berita, pemilihan berita juga tidak kalah pentingnya dalam program siaran. Berita yang ditayangkan harus memiliki nilai jual yang tinggi agar dapat menarik minat penonton.
2. Kendala yang dialami tribun medan dalam menyajikan berita selamat sore medan diyoutube adalah jaringan, jaringan menjadi kunci dalam penyajian berita di media sosial tanpa adanya internet seseorang tidak dapat mengakses sosial media hal ini juga yang menjadi kendala tribun medan. Program selamat sore medan menggunakan fitur live streaming yang mengharuskan tribun medan dan penonton harus sama-sama memiliki koneksi internet. Kendala yang sering dialami yaitu salah buruknya koneksi internet dari tribun sendiri dikarenakan banyaknya

pengguna internet di kantor tribun sendiri. Kendala yang kedua adalah ketatnya peraturan mengenai gambar yang hendak di posting. Hal ini menjadi kendala dikarenakan media massa harus memberikan informasi yang detail dan akurat adanya pembatasan gambar yang hendak di posting menjadi kendala karena informasi yang disampaikan kurang jelas.

## 5.2. Saran

Berdasarkan hasil penelitian dan wawancara yang dipaparkan pada kesimpulan, peneliti akan menyampaikan beberapa saran untuk tribun medan dalam program selamat sore medan adalah agar lebih memperhatikan kendala di program tersebut yaitu jaringan. Dikarenakan jaringan menjadi kunci dalam program selamat sore medan namun juga menjadi kendala terbesar dalam program tersebut. Kegagalan jaringan di kantor dapat di atasin dengan mudah mulai dengan mengganti provider jaringan Atau meng-upgrade jaringan. Saran yang ke dua adalah untuk memperbanyak host pengganti di program selamat sore medan agar program tersebut terus berjalan tanpa adanyaz

## DAFTAR PUSTAKA

- Anditya, A. W. (2020a). Penanaman Nilai-Nilai Pancasila Melalui Kontrol Sosial Oleh Media Massa Untuk Menekan Kejahatan di Indonesia. *Nurani Hukum*, 3(1), 30.
- Anditya, A. W. (2020b). Penanaman Nilai-Nilai Pancasila Melalui Kontrol Sosial Oleh Media Massa Untuk Menekan Kejahatan di Indonesia. *Nurani Hukum*, 3(1), 30.
- Aulia, S. A. (2018). Strategi Komunikasi Official Host Media Sosial Up-Live. *Repository Universitas Garut*.
- Chen, C. C., & Lin, Y. C. (2018). What drives live-stream usage intention? The perspectives of flow, entertainment, social interaction, and endorsement. *Telematics and Informatics*, 35(1), 293-303.
- Fatah Raden. (2016). *Pesan Dalam Proses Komunikasi*. 59.
- Fauzi, M. (2021). Jurnalisme Di Era Digital. *JICOMS: Journal of Islamic Communication and Media Studies*, 1(1), 16-37.
- Gelar, M., Sosial, S., Sos, S., Chairul, O., Hutabarat, S., Efi, D., Madya, B., Si, M., & Kustiawan, W. (n.d.). *ANALISIS ISI PEMBERITAAN HARIAN TRIBUN MEDAN TENTANG MENJAGA LINGKUNGAN HIDUP DI KOTA MEDAN SKRIPSI Diajukan Untuk Tugas-tugas dan Memenuhi Syarat-syarat*.
- Georgia Giugno Ariani. (2021). *Proses Kerja Jurnalistik Sebagai Social*.

- Imran, H. A. (2016). Penggunaan Tv Streaming Di Kalangan Masyarakat Perkotaan (Streaming Tv Use Among Urban Communities). *Jurnal Studi Komunikasi Dan Media*, 20(2), 119–138.
- Integrated, P., & Communication, M. (n.d.). *Strategi Komunikasi Pemasaran Media Online Studi Kasus : 73255*.
- Irawan, D., & Harahap, N. (2023). Human Resource Development Strategies In Facing The Challenges Of The Digital Media Industry In Medan Tribune. *Management Studies and Entrepreneurship Journal*, 4(5), 5756–5764.
- Islam Sultan Agung, U., & Yakto, A. (n.d.). *GAMIFIKASI CROWDFUNDING MELALUI KONTEN LIVE STREAMING YOUTUBE WINDAH BASUDARA SEBAGAI KOMUNIKASI PERSUASIF Diajukan Untuk Memenuhi Syarat Gelar Sarjana (S1) Ilmu Komunikasi Pada Program Studi Ilmu Komunikasi Fakultas Bahasa dan Ilmu Komunikasi*.
- Islam, U., Sultan, N., Kasim, S., Memenuhi, U., & Memperoleh, S. (2023). *Dalam Memproduksi Video*. 5987.
- Jamanti, R. (2014). *PENGARUH BERITA BANJIR DI KORAN KALTIM TERHADAP KESADARAN LINGKUNGAN MASYARAKAT KELURAHAN TEMINDUNG PERMAI SAMARINDA*. 2(1), 17–33.
- Kurniawati, T., Tasrif, M., Ag, M., Komunikasi, J., Penyiaran, D., Fakultas Ushuluddin, I., & Dakwah, D. (2023). *GAYA KOMUNIKASI PENYIAR RADIO SONGGOLANGIT FM UNTUK MENARIK MINAT PENDENGAR LIVE STREAMING PADA PROGRAM SENDU (SENANDUNG RINDU)*.
- Mahendra, R. (2021). *Strategi Komunikasi Penyiar Radio Republik Indonesia Medan Dalam Menarik Minat Pendengar*.

- Marfu'ah, U. (2018). Strategi Komunikasi Dakwah Berbasis Multikultural. *Islamic Communication Journal*, 2(2), 147.
- Muhamamd Falah Ramadhan, & Askurifai Askurifai. (2021). Komunikasi Publik Supporter Bali United Melalui Media Live Streaming Youtube pada Konser Tribun Voice. *Jurnal Riset Jurnalistik Dan Media Digital*, 1(2), 79–83.
- Muliawanti, L. (2018). Jurnalisme Era Digital: Digitalisasi Jurnalisme Dan Profesionalitas Jurnalisme Online. *LENTERA: Jurnal Ilmu Dakwah Dan Komunikasi*, 2(1), 79–98. <https://doi.org/10.21093/lentera.v2i1.1168>
- Nurzanna, S., Ilmu, F., Dan, S., Politik, I., Muhammadiyah, U., & Utara, S. (2018). *Waspada Medan Dalam Menghadapi*.
- Pambudi, I. (2018). Analisis Framing Video Breaking News Jatuhnya pesawat Lion Air JT-610 pada Official Youtube Kompas TV. *Repostory.IAIN Tulungagung*, 13–20. [http://repo.iain-tulungagung.ac.id/16051/5/Bab II.pdf](http://repo.iain-tulungagung.ac.id/16051/5/Bab%20II.pdf)
- Purdiningtiyas, W. (2018). Strategi Komunikasi Penyiar Dalam Menyampaikan Pesan-Pesan Dakwah Di D!Radio Lampung. 1–84.
- Rito, Z. (2021). *Strategi Komunikasi Pemasaran Tribun Medan Dalam Menghadapi Persaingan Bisnis Media Di Era Digital*.
- Sahputra, D. (2020). Manajemen Komunikasi Suatu Pendekatan Komunikasi. *JURNAL SIMBOLIKA: Research and Learning in Communication Study*, 6(2), 152–162.
- Sahputra, D., & Diterbitkan, M. A. (n.d.). *Komunikasi Moderat dalam Bahasa Jurnalistik*.

*STRATEGI KOMUNIKASI HUMAS DALAM MEMPERTAHANKAN CITRA  
POSITIF AKIBAT KASUS KORUPSI APBD DI DPRD SUMATERA UTARA.*

(n.d.).

*STRATEGI KOMUNIKASI USTAD HANAN ATTAHI DALAM MENYAMPAIKAN  
PESAN DAKWAH DI MEDIA YOUTUBE.*



**Artikel:**

<https://www.slice.id/id/home>

<https://medan.tribunnews.com>



**LAMPIRAN**

UNIVERSITAS MEDAN AREA

© Hak Cipta Di Lindungi Undang-Undang

## PEDOMAN WAWANCARA

### Daftar pertanyaan penelitian

1. Informan kunci ( koordinator liputan tribun medan dan operator selamat sore medan)
  1. Apa tujuan tribun medan membuat program selamat sore medan?
  2. Bagaimana strategi tribun medan dalam menyajikan berita di youtube?
  3. Apa langkah yang dilakukan untuk meningkatkan jumlah penonton?
  4. Bagaimana hasil dari penerapan strategi yang dilakukan oleh tribun medan?
  5. Apa kendala tribun medan selama program ini berlangsung?
2. Informan utama ( wartawan tribun medan dan host selamat sore medan)
  1. Bagaimana cara host membawakan acara selamat sore medan?
  2. Strategi apa yang dilakukan host dalam program selamat sore medan?
  3. Bagaimana pemilihan berita yang akan ditayangkan di program selamat sore medan?
  4. Bagaimana strategi peliputan yang dilakukan saat program selamat sore medan berlangsung?
  5. Apa kendala yang dialami selama program ini berlangsung?
3. Informan tambahan ( penonton selamat sore medan)

1. Apa feedback yang didapatkan ketika menonton program selamat sore medan?
2. Apa alasan saudara/i memilih menonton berita di tribun medan?
3. Apakah informasi yang diberikan dari program ini dapat membantu?
4. Pendapat penonton terkait program selamat sore medan?
5. saran untuk program selamat sore medan?





Lampiran 1 Wawancara dengan operator Tribun Medan.

Operator tribun medan bapak Ridho (sebelah kiri) menjadi informan kunci dalam penelitian ini. Penelitian dilakukan di kantor Tribun Medan, 11 Desember 2024.



Lampiran 2 Wawancara dengan Koordinator Liputan Tribun Medan.

Koordinator liputan Tribun Medan Bapak Agus (sebelah kiri), menjadi informan kunci, bapak Agus juga menjadi penanggung jawab dalam program Selamat Sore Medan. Penelitian dilakukan di Tribun Medan, 10 Desember 2024.



Lampiran 3 Wawancara dengan Host program Selamat Sore Medan.

Salah satu Host dalam program Selamat Sore Medan yaitu, ibuk Moly (sebelah kiri). Menjadi informan utama dalam penelitian ini, penelitian ini dilakukan di Tribun Medan, 10 Desember 2024.



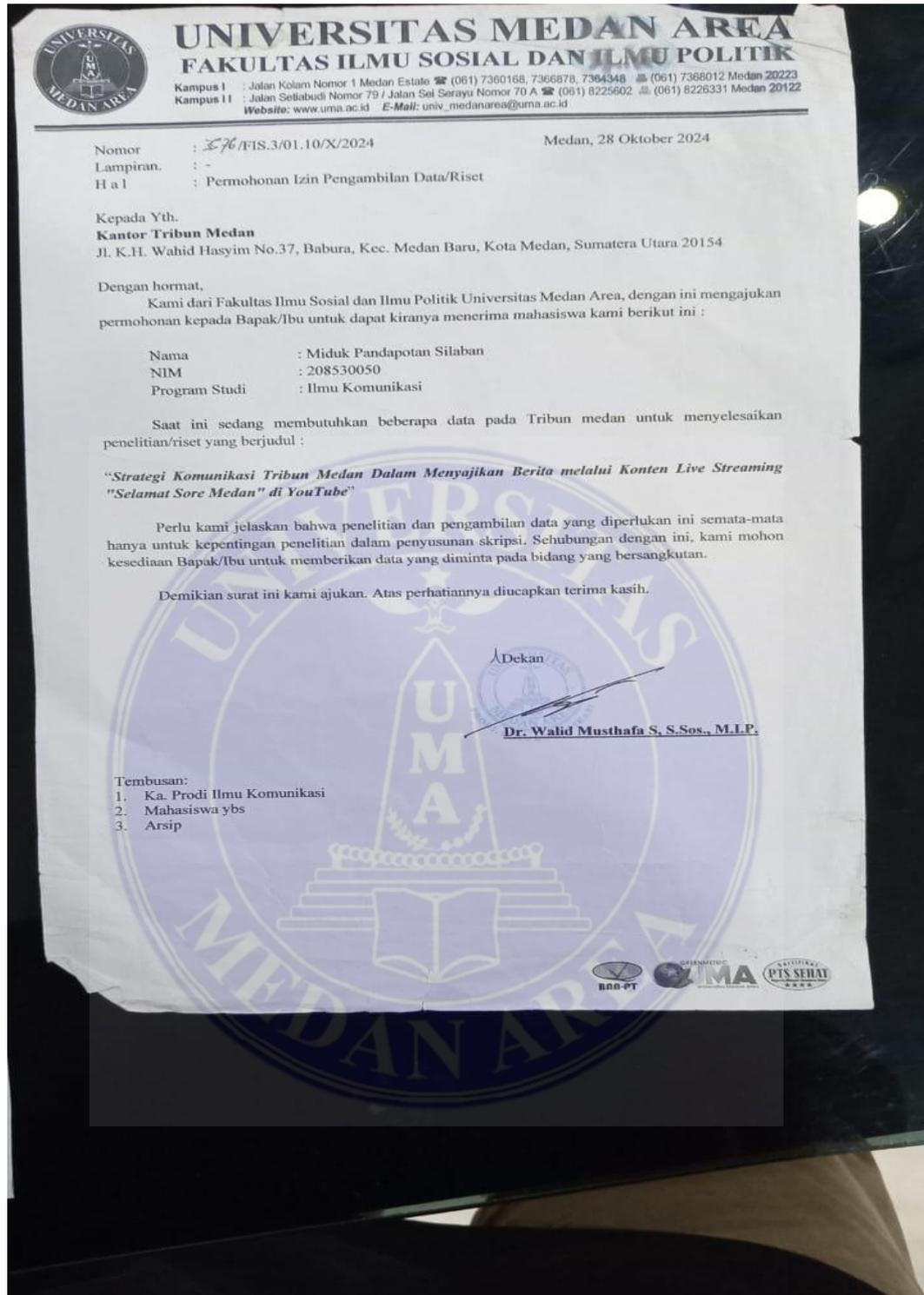
Lampiran 4 wawancara dengan Wartawan Trinbun Medan.

Salah satu wartawan Tribun Medan yaitu bapak Alpian (tengah), menjadi informan utama dalam penelitian ini, penelitian ini dilakukan di Polrestabes Kota Medan, 20 Desember 2024.

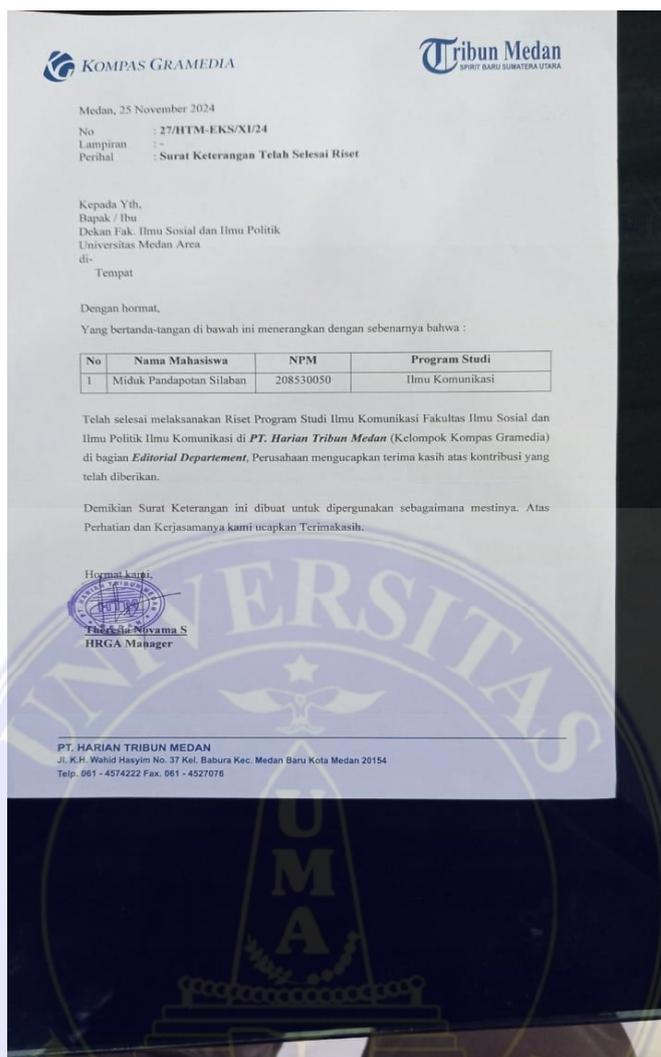


Lampiran 5 wawancara dengan penonton Program Selamat sore Medan

Salah satu penonton dari Program Selamat Sore Medan yaitu, Abangda M Arif Lubis (sebelah kanan), penelitian ini dilakukan di kampus 1 Universitas Medan Area.



Lampiran 6 dokumentasi permohonan izin pengambilan Data/Riset.



Lampiran 7 Dokumentasi keterangan selesai riset.