

## **Faktor Faktor Kebijakan Redaksional *Youtube Solopos* dalam Menentukan Berita Vaksin Covid-19**

Nuri Suryani<sup>1</sup>, Joko Suryono<sup>2</sup>, Betty Gamma<sup>3</sup>, Bono Setyo<sup>4</sup>

<sup>1,2,3</sup>Program Studi Ilmu Komunikasi Universitas Bangun Nusantara Sukoharjo

<sup>4</sup>UIN Sunan Kalijaga

Email: [1nurisuryani89@gmail.com](mailto:nurisuryani89@gmail.com), [2jokowignyo@gmail.com](mailto:jokowignyo@gmail.com), [3bettygama62@gmail.com](mailto:bettygama62@gmail.com)

<sup>4</sup>bono.setyo@uin-suka.ac.id

### **Abstrak**

*Youtube Solopos* adalah salah satu bagian dari Harian Umum (HU) *Solopos*, media massa nasional yang berkembang di daerah lokal. Media massa yang berkantor di tengah tengah Kota Solo memiliki tagline “Penyaji Informasi Terpercaya” menyajikan berita akurat dengan sumber berita yang kredibel. Ketika Indonesia dilanda pandemic Covid 19 dan vaksin dijadikan sebagai salah satu upaya pencegahan penyebaran Covid 19, *Youtube Solopos* memberitakan kasus ini secara terus menerus. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui faktor faktor yang menjadi latar belakang kebijakan redaksional *Youtube Solopos* dan bagaimana proses kebijakan redaksional *Youtube Solopos* dalam memberitakan vaksin Covid 19. Pendekatan penelitian yang digunakan yaitu kualitatif dengan tipe deskriptif. Teknik pengumpulan data berupa wawancara dan menyimak. Informan dalam penelitian ini adalah Alvari Kunto Prabowo selaku redaktur *Youtube Solopos* dan Adhika Ali Pratikna selaku jurnalis *Youtube Solopos*. Hasil penelitian ditemukan bahwa faktor-faktor yang menjadi latar belakang kebijakan redaksional *Youtube Solopos* dalam memberitakan vaksin Covid 19 sesuai dengan faktor-faktor pada teori herarki yang dikutip dari Pamela Shoemaker dan Stephen D Reese yaitu faktor individu yang dibuktikan dengan adanya standart latarbelakang pendidikan jurnalis minimal D3 atau S1, faktor rutinitas dengan adanya kebiasaan dalam proses pembuatan video berita, faktor organisasi dengan adanya pengaruh pemilik media atau owner dalam pemberitaan vaksin Covid 19, pengaruh extramedia dengan adanya kerjasama dengan BNPB Covid 19, dan pengaruh ideology dengan adanya tagline “Penyaji Informasi Terpercaya” yang menjadikan *Youtube Solopos* selalu mengadakan disiplin verifikasi agar berita yang disajikan lebih akurat dan terpercaya. Sedangkan proses kebijakan redaksional *Youtube Solopos* secara rutin melalui 3 tahap yaitu pra produksi, produksi dan pasca produksi.

**Kata Kunci :** Kebijakan redaksional, *Youtube Solopos*, Vaksin Covid 19

## **PENDAHULUAN**

Istilah Covid-19 sekarang sudah tidak asing lagi di tengah masyarakat Indonesia. Menurut Kementerian Kesehatan Republik Indonesia, Covid-19 berasal dari bahasa Inggris *coronavirus disease 2019* yaitu penyakit yang disebabkan oleh jenis corona virus baru Sars-CoV-2, yang dilaporkan pertama kali muncul di Wuhan Tiongkok pada tanggal 31 Desember 2019 (Kemenkes, 2020). Beberapa gejala yang ditimbulkan dari virus Corona ini antara lain gejala gangguan pernafasan akut seperti demam diatas 38°C, batuk dan sesak nafas bagi manusia.

Selain itu dapat disertai dengan nyeri otot, lemas dan diare. Pada penderita COVID-19 berat, dapat menimbulkan sindrom pernafasan akut, pneumonia, gagal ginjal bahkan kematian.

Cara penularan COVID-19 yaitu dari manusia ke manusia melalui kontak erat dan *droplet* (percikan cairan saat bersin atau batuk), penularan Covid-19 tidak dapat melalui udara. Sistem imun yang sudah melemah ditambah adanya penyakit kronis dapat meningkatkan risiko COVID-19 terutama pada lansia, baik risiko lebih mudahnya terinfeksi virus Corona atau resiko apabila terpapar virus COVID 19 dapat menimbulkan gangguan yang parah, bahkan kematian. Bentuk COVID-19 jika dilihat melalui *mikroskop elektron* yaitu cairan yang diambil dari saluran nafas/swab tenggorokan apabila digambarkan kembali, maka bentuknya seperti virus yang memiliki mahkota (Kemenkes, 2020)

Berbagai upaya pencegahan penyebaran Covid-19 telah dilakukan. Salah satunya yaitu pencegahan yang dilakukan diri sendiri dengan penerapan 3M yaitu mencuci tangan menggunakan sabun secara rutin atau dengan cairan pembersih tangan berbahan alkohol, menjaga jarak dengan orang lain (*physical distancing*), memakai masker saat keluar rumah. Selain itu, adapun pencegahan yang dilakukan dalam lingkup luas yaitu dengan penerapan *lockdown* dan Pembatasan Sosial Berskala Besar (WHO, 2020)

Namun Kurang efektivnya upaya yang telah dilakukan dalam mencegah peningkatan penyebaran Covid-19, mendesak pemerintah untuk memutuskan upaya lain yaitu dengan memberikan penyediaan vaksin Covid-19. Vaksin adalah produk biologis yang terbuat dari kuman, bakteri atau virus yang telah dilemahkan atau dimatikan. Vaksin berguna untuk merangsang timbulnya kekebalan spesifik secara aktif terhadap penyakit tertentu (Lestari, 2020). Sedangkan pengertian vaksin yang dijelaskan dalam Peraturan Menteri Kesehatan Nomor 42 Tahun 2013, vaksin adalah antigen berupa mikroorganisme yang sudah mati, masih hidup tapi dilemahkan, masih utuh atau bagiannya yang telah diolah, berupa toksin mikroorganisme yang telah diolah menjadi toksoid, protein rekombinan yang bila diberikan kepada seseorang akan menimbulkan kekebalan spesifik secara aktif terhadap penyakit infeksi tertentu.

Jenis pemberian vaksin di Indonesia dibedakan menjadi 2 yaitu vaksin yang digunakan pada program imunisasi dan vaksin yang digunakan diluar program imunisasi. Saat ini, vaksin yang digunakan untuk program imunisasi berjumlah delapan jenis, yaitu vaksin BCG, vaksin DPT, vaksin TT, vaksin Polio (*Oral PolioVaccine*), vaksin Campak, vaksin Hepatitis B, dan vaksin DPT-HB. Sedangkan vaksin yang digunakan diluar program imunisasi adalah *vaksin Meningokokus*, *vaksin Japanese Encephalitis (JE)*, *vaksin Haemofilus Influenzae (Hib)*, *vaksin*

*Anti Rabies (VAR)/Serum Anti Rabies (SAR)* dan ditambah dengan vaksin Covid-19 (WHO, 2021)

Munculnya vaksin Covid-19 menimbulkan pro dan kontra dari masyarakat Indonesia. Menurut Tulus Abadi Ketua Yayasan Lembaga Konsumen Indonesia (YLKI) ada 2 hal yang menimbulkan adanya pro dan kontra vaksin Covid-19, diantaranya yaitu: 1) kurangnya komunikasi publik atau sosialisasi terkait jenis vaksin yang digunakan di Indonesia dan efek sampingnya, sehingga banyak masyarakat yang belum paham dan menolak di vaksin, 2) perlu adanya figur lain selain Presiden Jokowi yang ditampilkan dan dikampanyekan ke publik untuk meyakinkan masyarakat bahwa vaksin Covid-19 aman dan halal

Berdasarkan dua hal tersebut, dapat dipahami bahwa perlu adanya perbaikan komunikasi publik. Sehingga segala bentuk informasi terkait vaksin Covid-19 tersampaikan dengan baik kepada masyarakat Indonesia. Dalam komunikasi publik, media massa online *kerap* dijadikan sebagai alat komunikasi yang tepat untuk mencapai khalayak yang luas karena dilihat dari segi biaya dan efektivitasnya. Media massa *online* dianggap sebagai sarana termurah untuk mencapai publik yang diinginkan (Assegaf, 1985). Salah satu pilihan media komunikasi untuk memacu percepatan penyebaran informasi melalui media sosial. Media sosial berbasis teknologi Informasi internet relatif murah dan memiliki akses cepat dibanding dengan media lama (Joko Suryono et al., 2020).

Menurut (Triyaningsih, 2020), media terutama media sosial menjadi rujukan bagi masyarakat untuk mendapatkan informasi mengenai virus Covid-19. Adapun efek media kepada masyarakat menunjukkan *strong effect* bahkan mampu membentuk persepsi masyarakat tentang vaksin sebagai pencegahan penularan virus Covid-19 kepada individu. Menurut Astrid (2020), Portal Republika online memberikan informasi positif dengan tagar berita baik. Pada saat beberapa media memberitakan informasi jumlah kematian dan keseraman dari Covid-19, Republika hadir dengan informasi Covid-19 yang memberikan harapan kepada masyarakat untuk tetap dapat optimis melawan pandemi ini. Hal tersebut juga sejalan dengan adanya jurnalisme positif yang berharap memberikan hal-hal yang sifatnya konstruktif dan solutif.

Salah satu media massa yang masih tetap eksis di Solo yaitu Harian Umum *Solopos*, lokasinya berada ditengah – tengah Kota Solo dengan visi “Penyajian informasi utama terpercaya dengan pengelolaan usaha yang profesional”. Harian Umum *Solopos* merupakan media terbesar di Karasidenan Surakarta yang tidak hanya berupa media cetak melainkan juga menyediakan media *online* melalui *Instagram*, *facebook* dan *youtube*. Banyak penghargaan dan kerjasama yang didapatkan oleh *Solopos*, salah satunya adalah kerjasama dari Badan Nasional Penanggulangan Bencana (BNPB). *Youtube Solopos* menjadi satu-satunya media online yang

dilirik dan mendapatkan kerjasama dari Badan Nasional Penanggulangan Bencana (BNPB) untuk membantu menyebarkan informasi berkaitan dengan Covid-19 selama 6 bulan dimulai dari bulan Oktober 2020 sampai Maret 2021.

Namun dalam pelaksanaannya, *Youtube Solopos* mempunyai beberapa syarat dan ketentuan dalam menilai seberapa layak sebuah berita bisa ditayangkan agar dapat menjadi konsumsi publik. Pesan yang disampaikan media massa terutama *Audio Visual* selayaknya memiliki dan menguasai sifat-sifat massa. Sehingga dengan adanya memahami sifat ini proses komunikasi yang terjadi akan berjalan semakin efektif dan efisien dan pesan pun akan sampai pada komunikan semakin besar.

## **METODE**

Penelitian ini menggunakan paradigma konstruktivisme, digunakan untuk menemukan bagaimana peristiwa atau realitas dikonstruksi dan dengan cara apa konstruksi itu dibentuk (Eriyanto, 2002). Kebijakan redaksi *Youtube Solopos* dalam pemberitaan vaksin Covid 19 dapat dipahami sebagai sebuah realitas yang telah dikonstruksikan dan bagaimana konstruksi tersebut dibentuk. Adapun pendekatan dan metode penelitian yang digunakan adalah kualitatif dengan metode studi kasus. Pendekatan kualitatif untuk mengeksplorasi dan memahami makna-makna yang disampaikan sejumlah individu atau sekelompok orang yang dianggap berasal dari masalah sosial kemanusiaan (Creswell, 2013). Metode studi kasus digunakan untuk menyoroti suatu keputusan atau seperangkat keputusan, yakni bagaimana keputusan diambil, bagaimana hal itu diterapkan dan bagaimana hasilnya (Yin, 2002). Tipe studi kasus yang dipakai adalah tipe deskriptif yang memiliki kemampuan mendeskripsikan sebuah fenomena secara lengkap dan komprehensif beserta konteks permasalahan yang melingkupinya (Gillham, 2000). Studi kasus dalam penelitian ini dimaksudkan untuk memperoleh gambaran realitas mengenai kebijakan redaksional *Youtube Solopos* dalam memberitakan vaksin Covid 19. Pengumpulan data dilakukan dengan cara wawancara mendalam terhadap Alvari Kunto Prabowo selaku redaktur *Youtube Solopos* dan Adhika Ali Pratikna selaku jurnalis *Youtube Solopos* dan pengamatan. Teknik analisis data dilakukan melalui proses reduksi, penyajian data dan penyimpulan menggunakan model interaktif Miles dan Huberman.

## **HASIL DAN PEMBAHASAN**

Harian Umum (HU) *Solopos* merupakan salah satu Koran lokal yang terbit di Kota Solo tepatnya di *Griya Solopos* Jl. Adisucipto 190 Solo pada tanggal 19 September 1997. Harian Umum *Solopos* tampil dengan 24 halaman yang terbagi menjadi 2 bagian yakni nasional dan

lokal. Penambahan halaman dilakukan untuk melebarkan sayap khususnya di wilayah eks-Karesidenan Surakarta. Selain itu, hal itu juga untuk memperkaya konsumsi informasi bagi para pembacanya. Harian Umum *Solopos* membagi polanya ke dalam dua kategori yakni edisi harian dan edisi Minggu. Perbedaan keduanya terletak pada cara penyajian informasinya. Edisi harian menekankan informasi-informasi yang bersifat aktual, sedangkan untuk edisi Minggu informasi-informasi yang dihadirkan lebih bersifat ringan dan berkaitan dengan kejadian-kejadian setiap hari yang dihadapi para pembaca. Selain menerbitkan edisi harian dan Minggu, HU *Solopos* juga memberikan suplemen untuk para pembacanya, yaitu Khazanah yang terbit setiap hari Jum'at dan Jagad Jawa yang hadir setiap hari Kamis, serta menyajikan berita dalam bentuk audio visual melalui *Youtube Solopos*

Media massa dalam menyajikan berita tentu berpegang teguh pada kebijakan redaksional, seperti halnya *Youtube Solopos* dalam menyajikan berita vaksin Covid 19. Kebijakan redaksi merupakan rumusan bagi setiap kerja jurnalistik di organisasi media massa yang mencakup berbagai banyak aspek yang terkait, mulai dari menentukan angle berita, peliputan dilapangan, memilih narasumber, penulisan, design, editor, memilih berita, ideologi media dan lain sebagainya. Dalam program berita vaksin Covid 19 pada *Youtube Solopos*, keputusan mengenai berita yang terbit juga ada dalam kebijakan redaksional. Berikut adalah kebijakan redaksi *Youtube Solopos* dalam proses seleksi berita vaksin Covid 19 dalam perspektif Teori Hierarki dan disiplin verifikasi dalam Sembilan elemen jurnalistik :

### **1. Level individual**

Sebagaimana yang dijelaskan pada teori hierarki yang dikutip oleh Shoemaker dan Stephen bahwa isi berita bisa dipengaruhi oleh beberapa faktor personal dari individu para pekerja media, seperti gender, orientasi seksual, latar belakang ekonomi, pendidikan, agama dan lain sebagainya (Shoemaker, 1996)

Berdasarkan sajian data ditemukan bahwa *Youtube Solopos* dalam memberitakan vaksin Covid 19 dilatarbelakangi adanya background pendidikan jurnalis yang memiliki standart S1 atau minimal D3. Hal tersebut dikarenakan adanya kompetensi keilmuan, pengetahuan dan wawasan pada masa kuliah dianggap cukup dan siap untuk terjun dilapangan.

Hal tersebut berbeda dengan hasil penelitian yang dilakukan Yasin pada penelitiannya yang berjudul "Kebijakan redaksional LKBN Antara Biro Sultra Dalam Pemberitaan Kekerasan Seksual Anak dan Perempuan di Sulawesi Tenggara", dimana pada hasil penelitian yang dilakukan Yasin tersebut ditemukan bahwa LKBN Antara Biro Sultra dalam memberitakan suatu berita tidak dipengaruhi oleh individu pekerja media. Sedangkan pada penelitian yang

dilakukan oleh Sulisdyanie yang berjudul “Kebijakan Redaksional *Tempo.co* dalam memberitakan Korupsi E-KTP Setya Novanto” ditemukan hasil bahwa *Tempo.co* tidak menjadikan latar belakang individu sebagai pertimbangan kebijakan redaksional *Tempoco*. Menurut penelitian yang dilakukan Sulisdyanie, *Tempo.co* meyakini bahwa dengan latar belakang individu yang berbeda justru akan menimbulkan ide yang kreatif.

## **2. Level Rutinitas**

Level Rutinitas Media ini merupakan tahap ketika jurnalis sudah dibiasakan untuk menjalankan suatu pekerjaan dengan cara atau prosedur yang pasti dan tetap. Apa yang diterima media massa dipengaruhi oleh praktek-praktek komunikasi sehari-hari, termasuk proses dalam menentukan video berita vaksin Covid 19 pada *Youtube Solopos*, Dengan kata lain, isi media dapat dipengaruhi oleh cara kerja di sebuah media. *Youtube Solopos* sebagai media massa online yang memburu informasi terpercaya, harus memiliki kinerja yang baik dan terstruktur, agar informasi yang disampaikan dapat meyakinkan masyarakat.

Proses kebijakan redaksional *Youtube Solopos* dalam menentukan berita vaksin Covid 19 dimulai dari pra produksi, produksi dan pasca produksi. Pada tahap pra produksi, redaksional *Youtube Solopos* akan melakukan rapat rutin sekali dalam sehari untuk menentukan tema liputan. Pada tahap produksi akan melibatkan 3 komponen yaitu jurnalis, redaktur dan editor video. Jurnalis sebagai seseorang yang akan terjun ke lapangan untuk mencari berita sesuai dengan tema yang sudah disepakati, setelah mendapatkan informasi di lapangan maka jurnalis akan menulisnya dalam bentuk naskah dan akan dikirim melalui *newsroom* yang dihandle oleh redaktur, selanjutnya redaktur akan memilah dan memilih berita yang layak untuk disajikan, setelah dipilih dan dipilah maka naskah berita dan bahan pendukung akan dikirim ke editor video untuk diolah dan dimasukkan kedalamtemplate video berita *Youtube Solopos*. Saat video berita sudah jadi maka akan dikirimkan keredaktur untuk dilakukan verifikasi atau pengecekan ulang. Apabila video berita sudah sesuai maka akan diunggah redaktur ke *Youtube Solopos*. Pada tahap pasca produksi akan dilakukan pengamatan video video yang sudah diunggah untuk melihat feedback dari penonton. Hasil pengamatan digunakan untuk bahan evaluasi.

Proses penyajian video pada *Youtube Solopos* yang dilakukan recheck sebelum video diunggah menjadi sebuah pola kebiasaan yang dilakukan redaksi *Youtube Solopos* dalam pemberitaan vaksin Covid 19. Sejalan dengan Goenawan Mohamad yang mengatakan bahwa ketidakakuratan dalam penerbitan kebanyakan disebabkan oleh kelalaian yang tidak disengaja. Pentingnya *riset, re-check, cover both sides* sebagai rutinitas media yang dilaaakukan oleh jurnalis saat membuat berita dan redaktur saat menyunting dan mengunggah video berita (Mohamad, 2007)

### **3. Level Organisasi**

Pada Level Organisasional sebagai mana telah dijelaskan sebelumnya, isi berita dipengaruhi oleh manajemen organisasi di media. Siapa yang berkuasa dan bagaimana kebijakan yang berlaku akan mencerminkan pemberitaan di media tersebut. Pada tingkat organisasi media, yang menjadi fokus adalah tujuan organisasi media.

Tujuan dan kebijakan organisasi merupakan kekuatan tersendiri yang tidak dapat dielakkan. Jadi, pemberitaan media bukanlah sebuah hasil kerja yang bersifat perorangan, melainkan kerja kelompok yang menunjukkan aspek kolektifitas. Tujuan lainnya seperti memproduksi content yang berkualitas, melayani publik dan mendapatkan pengakuan profesional dibangun mengikuti tujuan mencari keuntungan.

Pemegang kekuasaan tertinggi dalam sebuah institusi pers adalah pemilik media (*owner*). Pemilik media memiliki wewenang untuk menentukan kebijakan redaksi yang berkaitan dengan segala aspek pemberitaan, mulai dari kegiatan peliputan, menentukan tema, angle, seleksi berita, hingga pengemasan. Namun dalam level organisasional ini, pengaruh bukan hanya datang dari pemilik media saja, tetapi juga dari bagian-bagian lain dalam perusahaan yang memiliki kepentingan masing-masing.

Berdasarkan hasil wawancara, ditemukan bahwasanya pemegang kekuasaan tertinggi di *Youtube Solopos* adalah pemilik media atau owner, tetapi yang mempengaruhi berita layak diunggah atau tidak adalah sepenuhnya milik Redaktur *Youtube Solopos*. Hal tersebut sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Muhammad Tohir pada penelitiannya yang berjudul “Kebijakan Redaksional Surat Kabar *Republika* dalam Menentukan Berita Yang Dipilih Menjadi *Headline*”, dimana dalam penelitian tersebut ditemukan bahwa pemegang kekuasaan tertinggi di *Republika* adalah pemilik media atau owner, tetapi yang mempengaruhi berita adalah sepenuhnya milik Pemimpin Redaksi (Thohir, 2013)

### **4. Level Ekstra Media**

Berdasarkan teori Hierarki dari Shoemaker dan Reese, bahwa Extra media level merupakan pengaruh-pengaruh pada isi media yang berasal dari luar organisasi media itu sendiri. Pengaruh-pengaruh dari media itu berasal dari sumber berita, pengiklan dan penonton, kontrol dari pemerintah, pangsa pasar atau teknologi. Berdasarkan sajian data dapat dilihat bahwa *Youtube Solopos* dalam pemberitaan vaksin Covid 19 dilatarbelakangi dengan adanya pengiklan atau kerjasama pihak ketiga, dalam hal ini adalah Badan Nasional Penanggulangan Bencana Covid 19.

Adanya peluang kerjasama dengan BNPB Covid 19, sudah pasti *Youtube Solopos* secara rutin akan menyajikan berita-berita yang berkaitan dengan covid 19, termasuk vaksin Covid 19. Hal ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Nur Asriani pada judul “Kebijakan Redaksional *Kompas TV Makassar* dalam Menayangkan Berita” ditemukan hasil penelitian yang mengatakan bahwa *Kompas TV Makassar* akan menerima bayaran apabila ada pihak ketiga yang ingin menampilkan atau menayangkan suatu informasi (Nur Asrianti, Achmad Herman, 2019)

## 5. Level Ideologi

*Youtube Solopos* membentuk konsepsi atau posisi seseorang dalam menafsirkan realitas yang mereka perlihatkan sesuai tagline “Penyaji Informasi Terpercaya”. Seperti yang dijelaskan oleh Shoemaker dan Reese, level terakhir pada teori hierarki adalah level ideology. Pada level ini menjelaskan tentang ideology yang diartikan sebagai kerangka berpikir tertentu yang dipakai individu untuk melihat realitas dan bagaimana mereka menghadapinya. Penjelasan tentang level ideology tidak terlepas dari pembahasan tentang visi. Visi memberikan panduan dan landasan tentang hal-hal yang harus dipertahankan dan diubah. Visi berfokus pada peran dalam persepsi dan kehidupan kognitif. Visi digunakan untuk mengendalikan berbagai tindakan kompleks yang diarahkan pada tujuan (J. Suryono et al., 2020). Pembahasan pada level ini juga mempelajari hubungan antara pembentukan sebuah konten media, nilai-nilai, kepentingan dan relasi media. *Youtube Solopos* tetap akan berpegang pada tagline nya “Penyaji Informasi Terpercaya”. Karena pihak *Youtube Solopos* tidak pernah memihak seseorang. *Youtube Solopos* berusaha menyajikan informasi akurat dengan menggunakan narasumber yang kredibel. Seperti pada pemberitaan vaksin Covid 19 dimana pada proses produksi video berita vaksin Covid 19 sumber yang digunakan *Youtube Solopos* ada dua yaitu informan yang ahli pada bidangnya seperti dokter dan pejabat pemerintah seperti Wali Kota Solo dan Kapolresta Surakarta. Pemilihan sumber berita yang kredibel diharapkan dapat memberikan informasi berdasarkan kebenaran sehingga dapat meyakinkan masyarakat bahwa vaksin Covid 19 aman dan halal, serta menggambarkan ideology *Youtube Solopos* sebagai penyaji informasi terpercaya.

Temuan ini relevan dengan penelitian yang dilakukan oleh Nur Asrianti pada judul “Kebijakan Redaksional *Kompas TV Makassar* dalam Menayangkan Berita” ditemukan hasil penelitian yang mengatakan bahwa ideology *Kompas TV Makassar* sangat mempengaruhi kebijakan redaksi dalam menentukan berita (Nur Asrianti, Achmad Herman, 2019)



## **6. Disiplin Verifikasi**

Menurut (Bill Kovach, 2006) verifikasi merupakan disiplin yang menjadi jantung jurnalisme yang berpegang pada prinsip komprehensif dan proporsional dalam penyajian berita. *Youtube Solopos* menerapkan double verification sebelum publikasi video berita. Verifikasi pertama dilakukan oleh jurnalis untuk melakukan pengecekan penulisan naskah video berita dan kekurangan pada informasi sebelum masuk ke tahap editing video. Jurnalis akan memberikan tanda bagian bagian yang kurang lengkap sebelum berlanjut ketahap berikutnya. Selanjutnya, verifikasi kedua dilakukan oleh redaktur dalam pendalaman video berita sebelum diunggah ke *Youtube Solopos*.

Temuan ini relevan dengan langkah verifikasi yang dirumuskan oleh (Trewinnard, 2017) poin kedua dan keempat yakni verifikasi sumber melalui pengumpulan informasi tentang jejak sosial sumber dan pengecekan waktu pengambilan visualisasi foto dan video. Double verification yang diterapkan oleh *Youtube Solopos* ini juga relevan dengan penelitian yang dilakukan oleh (Martin, 2014) dengan judul "*Information Verification in the Age of Digital Journalism*". Kesamaan keduanya adalah sama-sama beranggapan bahwa verifikasi informasi dan sumber berita menjadi praktik yang ketat dalam kerja jurnalistik. Maka dari itu, dilakukan cross-check untuk membuktikan kebenaran data atau informasi yang diperoleh selama proses liputan di lapangan berlangsung. *Double verification* dapat digunakan sebagai metode untuk meminimalisasi problem etik dalam jurnalisme online. Problem etik yang muncul sejak berkembangnya media *online* adalah tentang kecepatan dan akurasi.

## **SIMPULAN**

Berdasarkan pembahasan yang telah diuraikan dalam penelitian mengenai kebijakan redaksional *Youtube Solopos* dalam menyajikan berita vaksin Covid 19 dapat disimpulkan sebagai berikut:

Pertama, faktor faktor yang menjadi latarbelakang kebijakan redaksional *Youtube Solopos* dalam menyajikan berita Vaksin Covid 19 sesuai dengan faktor-faktor pada teori herarki yang dikutip dari Pamela Shoemaker dan Stephen D Reese yaitu faktor individu yang dibuktikan dengan adanya standart latarbelakang pendidikan jurnalis minimal D3 atau S1, faktor rutinitas dibuktikan dengan adanya kebiasaan dalam proses pembuatan video berita, faktor organisasi dibuktikan dengan adanya pengaruh pemilik media atau owner dalam pemberitaan vaksin Covid 19, pengaruh extramedia dibuktikan dengan adanya kerjasama dengan BNPB Covid 19, dan

pengaruh ideology dibuktikan dengan adanya tagline “Penyaji Informasi Terpercaya”, serta adanya disiplin verifikasi agar berita yang disajikan lebih akurat dan terpercaya.

Kedua, proses kebijakan redaksional *Youtube Solopos* dalam menentukan berita vaksin Covid 19 secara teratur melalui 3 tahap yaitu Pra Produksi yang dimulai dengan adanya rapat sehari satu kali untuk menentukan tema liputan, Produksi yang melibatkan 3 komponen (jurnalis, redaktur, dan editor video) yang saling berkaitan untuk mewujudkan tema liputan yang sudah disepakati, Pasca Produksi mengamati hasil video berita vaksin Covid 19 yang sudah diunggah di *Youtube Solopos* dan mengamati *feedback* masyarakat untuk bahan evaluasi.

## REFERENSI

- Assegaf, H. D. (1985). *Jurnalistik Masa Kini*. Jakarta. Ghalia Indonesia
- Bill Kovach, T. R. (2006). *Sembilan Elemen Jurnalisme*. Jakarta. Yayasan Pantau
- Creswell, J. W. (2013). *Penelitian Kualitatif & Desain Riset. Edisi 3*. Yogyakarta. Pustaka Pelajar
- Eriyanto. (2002). *Analisis Framing. Konstruksi, Ideologi dan Politik*. Yogyakarta: PT LKis. Ardianto
- Gillham, B. (2000). *Case Study Research Methods*. London: Continuum. Chicago
- Kemendes. (2020). *Hindari Lansia Dari Covid19-19*.  
<http://www.padk.kemkes.go.id/article/read/2020/04/23/21/hindari-Lansia-Dari-Covid-19.html>.
- Martin, N. (2014). Information Verification in The Age Of Digital Journalism. *Special Libraries Association (SLA 2014) Annual Conference*.
- Mohamad, G. (2007). *Seandainya Saya Wartawan Tempo*. Jakarta : Institut Tempo
- Nur Asrianti, Achmad Herman, A. A. (2019). Kebijakan Redaksi Kompas TV Makassar Dalam Menayangkan Berita. *Jurnal Ilmu Komunikasi MEDIKOM*, 02(02).
- Shoemaker, S. D. R. dan P. J. (1996). *Mediating the Message: Theories of Influence on Mass Media Message*.
- Suryono, J., Rahayu, N. T., Astuti, P. I., & Widarwati, N. T. (2020). Successful Social Media Advertising Activities For Micro, Small And Medium Enterprises. *Mediator: Jurnal Komunikasi*, 13(1), 31–40.  
<https://doi.org/10.29313/mediator.v13i1.5782>
- Suryono, J., Wijaya, M., Irianto, H., & Harisudin, M. (2020). Mind-set empowerment through enforcement of oriented visions, values, and measurable goals for young entrepreneurs. *Talent Development and Excellence*, 12(1), 1396–1406.
- Thohir, M. (2013). Kebijakan Redaksional Surat Kabar Republika Dalam Menentukan Berita Yang Dijadikan Headline. *Universitas Islam*.
- Trewnard, T. (2017). “*News Verification Guide. The Centre For Media Studies*”. *Stockholm school of economics. October 25, 2020*.
- Triyaningsih, H. (2020). Efek Pemberitaan Media Massa Terhadap Persepsi Masyarakat Tentang Virus Corona (Studi Kasus; Masyarakat di Pamekasan). *Meyarsa: Jurnal Ilmu Komunikasi Dan Dakwah*, 1(1), 1–21.
- WHO. (2020). *Novel Coronavirus*. <https://www.who.int/indonesia/news/novel-Coronavirus/video>.
- WHO. (2021). *Jenis Jenis Vaksin dan Reaksi Sempang*. <https://in.vaccine-Safety-Training.org/types-of-Vaccine.html>.
- Yin, R. K. (2002). *Studi Kasus: Desain dan Metode*. Rajagrafindo Persada, Jakarta