

**EFEKTIVITAS PUBLIKASI BERITA MELALUI MEDIA SOSIAL
(STUDI PADA KANTOR BERITA AMBON EKSPRES)**

SKRIPSI



OLEH:

NURLELA MUSIIN

NIM: 200207002

Diajukan Untuk Memenuhi Syarat-Syarat Mencapai Gelar Sarjana Sosial (S.Sos)
Pada Program Studi Jurnalistik Islam Institut Agama Islam Negeri Ambon

**PROGRAM STUDI JURNALISTIK ISLAM
FAKULTAS USHULUDDIN DAN DAKWAH
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI AMBON
TAHUN
2024**

PENGESAHAN SKRIPSI

Skripsi ini berjudul : " Efektifitas Publikasi Berita Melalui Media Sosial (Studi Pada Kantor Berita Ambon Ekspres) " oleh Saudari Nurlela Musiin NIM 200207002 Mahasiswa Fakultas Ushuluddin dan Dakwah pada Program Studi Jurnalistik Islam Institut Agama Islam Negeri Ambon, yang telah diuji dan dipertahankan dalam sidang Munaqasyah yang dilaksanakan pada hari Selasa tanggal 16 Juli 2024 M. Bertepatan dengan 10 Muharram 1446 H. dan dinyatakan dapat diterima sebagai salah satu syarat untuk memperoleh gelar Sarjana Sosial (S.Sos) dengan perbaikan.

Ambon, 16 Juli 2024 M
10 Muharram 1446 H

DEWAN PENGUJI

- Ketua : Dr. Moh. Yamin Rumra, M.Si ()
- Sekretaris : Umi Kalsum Hehanussa, MM ()
- Munaqisy I : Drs. Mahdi Malawat, M.Fil.I ()
- Munaqisy II : Iftiya Salwa Tuanany, M.Pd.I ()
- Pembimbing I : Dr. Hakis, M.Sos.I ()
- Pembimbing II : Sariyah Ipaenin, M.Sos ()

Diketahui Oleh:
Dekan Fakultas Ushuluddin dan Dakwah
IAIN Ambon



Dr. Moh. Yamin Rumra, M.Si
NIP. 19620511093021001

PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI

Yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Nurlela Musiin

Nim : 200207002

Prodi : Jurnalistik Islam

Menyatakan bahwa skripsi ini benar-benar merupakan karya sendiri. Jika ditemukan dikemudian hari terbukti bahwa skripsi ini merupakan duplikat, tiruan, dan plagiat secara keseluruhan, maka skripsi dan gelar yang diperoleh batal dengan ketentuan hukum.

Ambon, Juli 2024
Yang menyatakan



Nurlela Musiin
Nim: 200207002

PERSETUJUAN PEMBIMBING

Nama : Nurlela Musiin
NIM : 200207002
Prodi : Jurnalistik Islam
Judul Skripsi : **Efektifitas Publikasi Berita Melalui Media Sosial (Studi Pada Kantor Berita Ambon Ekspres).**

Skripsi ini telah disetujui oleh pembimbing untuk diajukan ke ketua Program Studi Jurnalistik Islam Fakultas Ushuluddin dan Dakwah IAIN Ambon.

Ambon, 11 Juli 2024

PEMBIMBING I



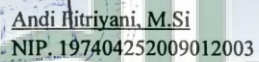
Dr. Haliq, M.Sos.I
NIP. 197312312011011001

PEMBIMBING II



Sariyah Ipaenin, M.Sos
NIP. 199106142023212043

Mengetahui,
Ketua Prodi Jurnalistik Islam



Andi Fitriyani, M.Si
NIP. 197404252009012003



ABSTRAK

Nama : Nurlela Musiin

NIM : 200207002

Judul : **Efektivitas Publikasi Berita Melalui Media Sosial (Studi Pada Kantor Berita Ambon Ekspres), Pembimbing I. Dr. Hakis, M. Sos. I. Pembimbing II. Sariyah Ipaenin, M. Sos.**

Tujuan dari penelitian ini untuk mengetahui eksistensi dan mendeskripsikan efektifitas koran harian Ambon Ekspres dalam mempublikasikan berita melalui media sosial.

Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah deskriptif kualitatif dengan pendekatan fenomenologi. Metode pengambilan data dilakukan dengan cara observasi, wawancara dan dokumentasi.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa eksistensi koran Harian Ambon Ekspres dalam mempublikasikan berita melalui media sosial dinyatakan keberadaannya dalam kehidupan masyarakat luas. Penggunaan media sosial di Ambon Ekspres adalah sebagai media pendukung yaitu media promosi berita atau branding perusahaan yang berfungsi untuk memperkuat pilar bisnis di media cetak. Adapun media sosial yang digunakan yaitu: *Facebook, Instagram, TikTok, Youtube, dan Twitter*. Selanjutnya penggunaan media sosial dalam mempromosikan berita dinyatakan efektif tetapi tidak maksimal karena kurangnya konsistensi pada pengelola akun media sosial tersebut dalam publikasi setiap harinya sebab, sebagian dari mereka tidak lagi bekerja atas dasar alasan personalnya masing-masing sehingga yang paling efektif adalah *Youtube* yang sampai sekarang masih aktif publikasi setiap hari dibandingkan akun-akun yang lain.

Kata Kunci : *Efektifitas, Publikasi, dan Media Sosial*

MOTTO

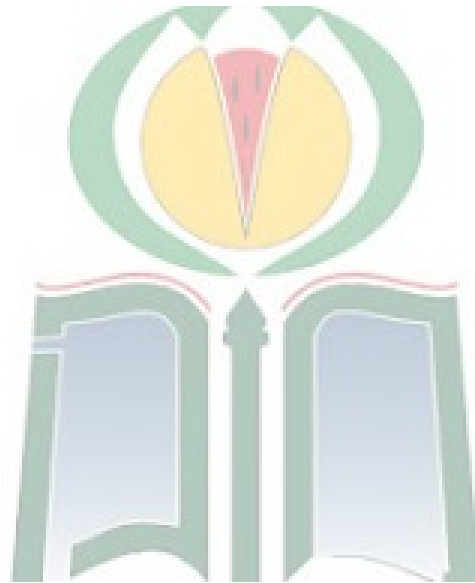
“Pada intinya, kamu hanya sendiri di dunia ini. Jangan berharap pada siapapun.

Paksakan diri kamu harus bisa menghadapinya sendiri.”

“jika berani memulai, maka harus berani menyelesaikannya”

“Yakinkanlah bahwa jika ada kesulitan maka pasti ada kemudahan. Percayalah Allah

SWT selalu bersamamu”



PERSEMBAHAN

Atas izin Allah SWT yang telah memberikan kemudahan, skripsi ini saya persembahkan terkhusus untuk kedua orang tua saya, ayahanda Ismail Musiin dan ibunda Jainab Nussy yang telah sabar, berjuang, bertahan, dan mendoakan setiap langkah saya serta menjadi alasan dan motivasi bagi saya untuk menyelesaikan study sampai skripsi ini.

Untuk diri saya sendiri Nurlela Musiin, terima kasih telah berjuang dan tetap bertahan sampai pada tahap ini. Walaupun terkadang merasa lelah dengan proses yang dilalui, tetapi dapat mengendalikan diri dan semangat memperjuangkan apa yang telah dimulai.

Terimakasih kepada Bapak Ibu dosen Program Studi Jurnalistik Islam, Dosen Pembimbing, Penguji untuk dampingannya serta teman-teman seperjuangan angkatan 2020 dan terakhir, untuk Almamaterku Institut Agama Islam Negeri Ambon.

KATA PENGANTAR

الرحيم الرحمن الله بسم

Alhamdulillah, Puji syukur penulis panjatkan kehadiran Allah SWT tuhan pencipta alam semesta dan segala isinya yang telah memberikan rahmat dan karunianya, shalawat serta salam disampaikan kepada Nabi besar Muhammad SAW, semoga kita mendapat syafa'atnya pada hari kiamat nanti. Skripsi ini berjudul : **Efektifitas Publikasi Berita Melalui Media Sosial (Studi Pada Kantor Berita Ambon Ekspres)**

Skripsi ini disusun sebagai salah satu syarat untuk mencapai gelar sarjana pada Program Study Jurnalistik Islam di Fakultas Ushuluddin dan Dakwah IAIN Ambon. jika didalamnya dijumpai kekeliruan berpikir dan kesalahan pengetikan, sesungguhnya itu terjadi karena ketidaksengajaan dan keterbatasan penulis. Untuk itu saran dan kritik sangatlah diharapkan.

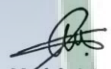
Dalam penulisan ini tentu saja tidak terlepas dari bantuan dan dukungan dari berbagai pihak, untuk itu penulis ingin mengucapkan Rasa Syukur kepada Allah SWT dan Terima Kasih tak terhingga kepada Kedua Orang Tua yaitu Ayahanda Ismail Musiin dan Ibunda Jainab Nussy, Terima Kasih juga patut saya sampaikan kepada :

1. Prof. Dr. Zainal Abidin Rahawarin, M. Si, selaku rektor Institut Agama Islam Negeri Ambon. Beserta jajaranya. Dr. Adam Latuconsina, M. Si, Selaku Warek I. Dr. Ismail Tuanany, MM, selaku Warek II, Dr. M. Faqih Seknun, M. Pd, selaku Warek III.
2. Dr. Moh Yamin Rumra, M. Si selaku Dekan Fakultas Ushuluddin dan Dakwah IAIN Ambon serta Dr. Saidin Ernas, M.Si selaku Wakil Dekan I bidang Akademik dan Pengembangan Lembaga, Dr. Nadhifah Attamimi, M. Si selaku Wakil Dekan II bidang Akademik Umum dan Keuangan, dan Dr. Arman Man Arfa, M.Pd.I selaku Wakil Dekan III bidang Kemahasiswaan dan Kerjasama.
3. Dr. Arman Man Arfa, M.Pd.I selaku Pembimbing Akademik yang telah memberikan masukan.
4. Andi Fitriyani, M. Si dan Iftiya Salwa Tuanany, M. Pd. I selaku Ketua dan Sekretaris Program Studi Jurnalistik Islam.
5. Dr. Hakis, M. Sos. I dan Sariyah Ipaenin, M. Sos. Selaku pembimbing I dan II yang telah menyediakan waktu dan pikirannya untuk membimbing penulis dalam menyelesaikan skripsi.
6. Drs. Mahdi Malawat, M. Fil. I dan Iftiya Salwa Tuanany, M.Pd.I selaku penguji I dan II yang telah bersedia meluangkan waktu dalam memberikan pengujian.

7. Para dosen dan pegawai dilingkup Fakultas Ushuluddin dan Dakwah yang telah membimbing dan membantu penulis selama mengikuti perkuliahan.
8. Kedua Orang Tua penulis tersayang Ayahanda Ismail Musiin dan Ibunda Jainab Nussy yang selalu menjadi motivasi penulis menyelesaikan skripsi ini, juga telah mendidik, memberikan dukungan serta sabar dalam membiayai segala keperluan selama perkuliahan hingga tugas akhir.
9. Pimpinan Ambon Ekspres dan staf juga redaksi hingga wartawan yang menerima penulis untuk melakukan dan menyelesaikan penelitian.
10. Kakak-kakaku tersayang Siti Hajar Musiin, Amiludin Musiin, Erna Wati Musiin, Ahmad Tuasikal, Megawati Djidin, dan Nadira Nussy serta ponakan yang telah memberikan bantuan dan dukungan semangat kepada penulis dalam menyelesaikan skripsi.
11. Sahabat-sahabatku, Lulu, Bidor, Ayus, Suti, Anggi, Dian, Bila, Khusnul, Diva, Mania, Vira, Naya, dan teman-teman seperjuangan angkatan 2020 yang telah berjuang bersama dalam menyelesaikan study serta adik-adik angkatan 2021 yang telah memberikan dukungan.
12. Sahabat sekaligus saudara KKN WAIMOLONG 2023.

Semoga kebaikan dan dukungan yang telah diberikan mendapatkan balasan dari Allah SWT, dan semoga hasil penelitian ini dapat bermanfaat dan mampu memberikan kontribusi intelektual bagi kemajuan pemikiran Mahasiswa Ushuluddin dan Dakwah serta Prodi Jurnalistik Islam khususnya dan masyarakat pada umumnya.

Penulis


Nurlela Musiin
Nim: 200207002

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL.....	i
LEMBAR PENGESAHAN SKRIPSI.....	ii
PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI	iii
LEMBAR PERSETUJUAN PEMBIMBING	iv
ABSTRAK.....	v
MOTTO.....	vi
PERSEMBAHAN	vii
KATA PENGANTAR	viii
DAFTAR ISI.....	x
DAFTAR GAMBAR	xii
BAB I PENDAHULUAN	1
A. Latar Belakang.....	1
B. Rumusan Masalah	5
C. Fokus Penelitian	6
D. Tujuan dan Manfaat Penelitian.....	6
BAB II TINJAUAN PUSTAKA.....	8
A. Hasil Penelitian Terdahulu	8
B. Kajian Konsep dan Teori.....	11
1. Berita	11
a. Pengertian Berita	11
b. Macam-macam Berita.....	12
c. Nilai Berita	14
2. Media Sosial	15
a. Pengertian Media Sosial	16
b. Macam-macam Media Sosial Yang Digunakan Ambon Ekspres	18
c. Karakteristik Media Sosial	22
d. Manfaat Media Sosial.....	25
e. Dampak Media Sosial.....	26
3. Teori Komunikasi.....	28
C. Kerangka Pikir.....	29
BAB III METODE PENELITIAN.....	32

A. Jenis dan Pendekatan Penelitian	32
B. Lokasi dan Waktu Penelitian	33
C. Sumber Data Penelitian	33
D. Informan Penelitian	34
E. Teknik Pengumpulan Data	34
F. Teknik Analisis Data	35
BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN	37
A. Gambaran Umum Lokasi Penelitian.....	37
1. Sejarah Singkat Ambon Ekspres	37
2. Profil Ambon Ekspres	38
3. Visi dan Misi Ambon Ekspres.....	39
4. Logo dan Slogan Ambon Ekspres	40
5. Struktur Organisasi	40
B. Hasil Penelitian.....	48
1. Eksistensi Koran Harian Ambon Ekspres dalam Mempublikasikan Berita Melalui Media Sosial	48
2. Efektifitas Koran Harian Ambon Ekspres dalam Mempublikasikan Berita Melalui Media Sosial	51
C. Analisis dan Pembahasan Penelitian	57
1. Eksistensi Koran Harian Ambon Ekspres dalam Mempublikasikan Berita Melalui Media Sosial	57
2. Efektifitas Koran Harian Ambon Ekspres dalam Mempublikasikan Berita Melalui Media Sosial	70
BAB V PENUTUP	75
A. Kesimpulan.....	75
B. Saran	76
DAFTAR PUSTAKA	77
LAMPIRAN-LAMPIRAN	

BAB I PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Istilah “tiada hari tanpa berita” adalah yang berarti bahwa selain sandang, pangan, dan papan, kebutuhan memperoleh pasokan berita sudah menjadi kebutuhan pokok masyarakat. Bahkan, ada sebagian masyarakat yang aktivitas kesehariannya senantiasa memerlukan berita. Perusahaan media massa maupun wartawan berkepentingan, bahkan saling berlomba-lomba untuk mengelola pemberitaan secara optimal.

Dalam Kamus Bahasa Indonesia karya W.J.S. Poerwodaminta, berita diartikan sebagai ‘kabar atau warta’. Sedangkan dalam Kamus Besar Bahasa Indonesia terbitan Balai Pustaka, arti berita diperjelas menjadi ‘laporan mengenai kejadian atau peristiwa yang hangat’. Jadi, berita dapat dikaitkan dengan kejadian atau peristiwa yang terjadi. ¹

Berita (*news*) merupakan informasi yang layak disajikan kepada publik. Berita yang tergolong layak adalah informasi yang sifatnya faktual, aktual, akurat, objektif, penting, dan tentu saja menarik perhatian publik. Biasanya, berita berupa pernyataan yang dipublikasikan melalui media massa. ²

Michthel V. Charnley mengartikan berita adalah laporan-laporan mengenai peristiwa yang memiliki pengaruh bagi sebagian besar orang dan ditulis berdasarkan

¹ Badan Pengembangan Bahasa dan Perbukuan, Kementerian Pendidikan dan Kebudayaan Republik Indonesia, Kamus Besar Bahasa Indonesia, 2016-2024, Edisi Oktober 2023.

² Indah Suryawati, Jurnalistik Suatu Pengantar Teori dan Praktik, (Bogor : Ghalia Indonesia, 2014), hal 67.

fakta kemudian dipublikasikan secara cepat untuk diketahui massa.³ Sehingga dapat disimpulkan bahwa, berita sudah seperti makanan pokok bagi manusia yaitu haus akan informasi tentang suatu fakta yang sedang terjadi di dunia mapun dalam negara dan harus secepatnya diketahui massa sehingga memiliki pengaruh yang besar.

Menentukan cara pemberitaan yang paling efektif berarti, bahwa publikasi akan memvariasikan isinya dan menciptakan bentuk sajian berita yang fleksibel dan kreatif. Publikasi berita adalah proses penyampaian berita berupa informasi penting melalui media-media publik diantaranya media elektronik, media cetak dan media online. Publikasi juga sering diartikan sebagai ruang publik yang dimana dalam ruang tersebut ada terjadinya feedback antara komunikan dan komunikator tentang suatu berita yang dipublikasikan terutama dalam dunia platform media sosial. Sebab media sosial memberikan kesempatan untuk khalayak agar memberikan komentar pada postingan yang dipublikasikan oleh media berita tersebut.

Tidak semua informasi dapat menjadi berita. Hanya saja informasi-informasi yang memiliki pengaruh yang besar pada sebagian besar orang. Berita-berita yang di sajikan harus dikemas dengan baik yaitu menggunakan unsur-unsur berita yang didukung berdasarkan data dan fakta sehingga dalam mempublikasikan berita tersebut tidak menjadi salah satu berita *Hoax* yang berarti berita bohong. Pada kejadian-kejadian tertentu yang memiliki nilai berita yang besar pada massa, media berlomba-

³ Mitchell V Charnley, dalam bukunya *Reporting* edisi ke-3 kemudian dikutip Juwito, *Menulis Berita dan Feature's* (Surabaya : Unesa University Press, 2008) Jurnal Publikasi <http://eprints.umpo.ac.id/7113/4/BAB%202%20TINJAUAN%20PUSTAKA.pdf> diakses 12 Oktober 2023, pukul 12:08 WIT.

lomba untuk segera mempublikasikan berita eksis atau terbaru tersebut untuk segera diketahui massa secara cepat.

Al-Qur'an telah menjelaskan dalam Q.S Al-Hujurat (49) ayat 6.

يَا أَيُّهَا الَّذِينَ آمَنُوا إِن جَاءَكُمْ فَاسِقٌ بِنَبَأٍ فَتَبَيَّنُوا أَن تُصِيبُوا قَوْمًا بِجَهَالَةٍ فَتُصِحُّوا عَلَىٰ مَا فَعَلْتُمْ نَادِمِينَ

Terjemahan:

Hai orang-orang yang beriman, jika datang kepadamu orang fasik membawa suatu berita, maka telitilah kebenarannya, agar kamu tidak mencelakakan suatu kaum karena kebodohan (kecerobohan) yang akhirnya kamu menyesali perbuatanmu itu.⁴

Berdasarkan ayat di atas dapat disimpulkan bahwa, pentingnya menyebarkan berita dengan menjaga keakuratannya. Dalam hal ini kebenaran tentang suatu peristiwa yang penting harus dipublikasikan sesuai fakta artinya tidak dibuat-buat dan tidak adanya opini wartawan yang dituangkan dalam penulisan berita tersebut. Sehingga wartawan perlu menggali informasi tentang kebenaran kejadian tersebut dan tetap berpedoman pada Kode Etik Jurnalistik sehingga berita tersebut tidak menimbulkan kekacauan dimasyarakat.

Dari penelitian yang pernah dilakukan oleh Anggi Ismail dengan judul “*Peran Redaktur dalam Mempertahankan Kualitas Isi Berita pada Koran Harian Ambon Ekspres*”⁵. Hasil penelitian menunjukkan bahwa peran redaktur dalam

⁴ Departemen Agama, Al-Qur'an dan Terjemahan (Bandung : CV Diponegoro, 2010) hal. 516.

⁵ Anggi Ismail, *Peran Redaktur Dalam Mempertahankan Isi Berita Pada Koran Harian Ambon Ekspres*, (Ambon: Institut Agama Islam Negeri, 2023), Naskah Publikasi, diakses 24 Januari 2024, pukul 08:54 WIT.

mempertahankan kualitas isi berita pada Koran Harian Ambon Ekspres yakni melakukan *perencanaan, rapat redaksi, editing, pengiriman naskah dan pengambilan keputusan terhadap naskah*. Selanjutnya kualitas isi berita dari Koran Harian Ambon Ekspres sesuai dengan syarat yaitu *akurat, seimbang, objektif, singkat dan jelas dan baru*. Penelitian tersebut telah menjadi referensi yang peneliti ambil. Karena menurut peneliti, penelitian tersebut perlu diteliti lebih lanjut sebab jika kualitas isi berita sudah disiapkan dengan baik, lalu bagaimana dengan efektivitas dari publikasi berita terutama melalui media sosial Ambon Ekspres.

Lajunya perkembangan teknologi dan informasi menyediakan sejumlah informasi yang mudah di jangkau melalui berbagai macam platform media sosial. Dengan begitu, media sosial berlomba-lomba untuk mendapatkan berita yang eksis atau terbaru. Adanya media sosial mempermudah masyarakat dalam memperoleh informasi walaupun tidak semua berita di media sosial berdasarkan fakta, namun nyatanya berita-berita tersebut memiliki pengaruh yang besar pada pembacanya. Sehingga dengan begitu, media cetak harus menjadikan media sosial sebagai alternatif lain dalam mempublikasikan berita.

Koran Harian Ambon Ekspres adalah media cetak terbesar di Provinsi Maluku yang menerbitkan koran berwarna pertama di Kota Ambon. Media ini hadir dengan mengusung tema Rekonsiliasi dengan mengedepankan independensi jurnalisme lewat sajian berita yang terkini dan terpercaya. Dengan *tagline* "Korannya Orang Maluku" Ambon Ekspres bertekad menjadi bacaan utama masyarakat Maluku. Beberapa

bentuk penggunaan media sosial pada Koran Harian Ambon Ekspres yakni, *Facebook* (FB), *Twiter*, *Instagram* (IG), *YouTube*, dan *Tik Tok*.

Penggunaan media sosial di Ambon Ekspres bertujuan dalam upaya pengembangan perusahaan yaitu sebagai branding perusahaan atau promosi produk-produk berita untuk memancing khalayak agar membaca berita selengkapnya di koran fisik ataupun koran digital yang bernama ameks digital sehingga eksistensinya sebagai media cetak terbesar di Provinsi Maluku tetap terjaga di lajunya persaingan global. Penggunaan media sosial ini juga berpengaruh bagi perkembangan perusahaan sebab Ambon Ekspres sudah banyak dikenal dan hal tersebut menjadi tempat promosi berita secara cepat.

Berdasarkan observasi yang peneliti lakukan pada saat proses magang di Kantor Harian Ambon Ekspres Tanggal 20 Juli 2023, peneliti melihat perubahan yang terjadi pada media tersebut bahwa dalam mempublikasikan berita, Koran Harian Ambon Ekspres sudah menggunakan media sosial sebagai alternatif lain dalam menyebarkan informasi. Dari observasi yang telah dilakukan maka peneliti lebih lanjut mendeskripsikan Eksistensi Berita Ambon Ekspres Melalui Media Sosial dalam Mempublikasikan Berita.

B. Rumusan Masalah

Berdasarkan uraian latar belakang di atas maka peneliti merumuskan masalah sebagai berikut :

1. Bagaimana eksistensi Koran Harian Ambon Ekspres dalam mempublikasikan berita melalui media sosial?

2. Bagaimana efektivitas Koran Harian Ambon Ekspres dalam mempublikasikan berita melalui media sosial?

C. Fokus Penelitian

Agar penelitian tidak membias lebih jauh, maka peneliti memfokuskan pada efektivitas publikasi berita melalui media sosial (studi pada koran Harian Ambon Ekspres)

D. Tujuan dan Manfaat Penelitian

Tujuan dari penelitian ini yaitu :

1. Untuk mengetahui eksistensi koran harian Ambon Ekspres dalam mempublikasikan berita melalui media sosial
2. Untuk mendeskripsikan efektivitas koran harian Ambon Ekspres dalam mempublikasikan berita melalui media sosial

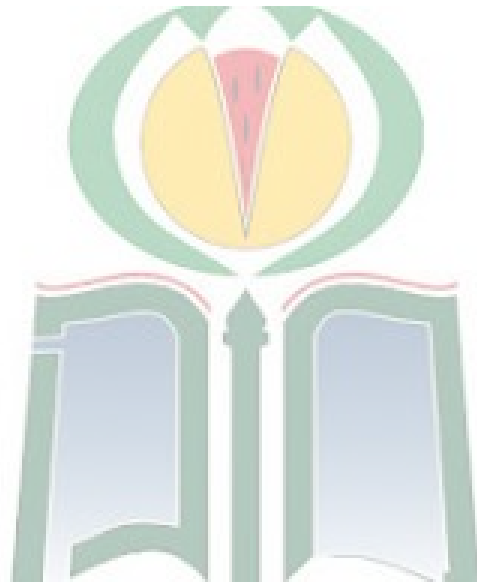
Adapun manfaat dari penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Manfaat Akademis

Penelitian ini diharapkan bisa menjadi salah satu sumber penelitian terdahulu terutama pada mahasiswa Institut Agama Islam Negeri Ambon Prodi Jurnalistik Islam untuk penelitian selanjutnya tentang efektifitas koran harian Ambon Ekspres dalam mempublikasikan berita melalui media sosial. Dan untuk menambah wawasan dan pengetahuan bagi pembacanya.

2. Manfaat Praktis

Manfaat praktis dari penelitian ini, yaitu untuk membagikan informasi bagi pembaca dan hasil penelitian ini diharapkan dapat bermanfaat agar masyarakat dapat menggunakan media sosial sebagai media informasi yang cepat, mudah, dan terjangkau.



BAB III METODE PENELITIAN

A. Jenis dan Pendekatan Penelitian

Jenis penelitian ini adalah deskriptif kualitatif dengan pendekatan fenomenologi. Jenis penelitian ini bertujuan untuk menghasilkan deskripsi data yang sistematis, faktual, dan data-data akurat tentang perkembangan media sosial Ambon Ekspres mulai dari tahun 2022 hingga tahun 2023.

Hegel mendefinisikan fenomenologi sebagai “pengetahuan sebagaimana pengetahuan tersebut tampil atau hadir terhadap kesadaran”. Selain itu fenomenologi juga dapat diartikan sebagai “ilmu pengetahuan tentang penggambaran apa yang dilihat oleh seseorang, apa yang dirasakan dan diketahuinya dalam *immediate awareness and experience*-nya.¹

Pandangan Bogdan dan Taylor (Moleong)² bahwa penelitian kualitatif adalah penelitian yang menghasilkan data deskriptif berupa kata-kata tertulis atau lisan dari orang-orang dan perilaku yang diamati. Selain menggambarkan atau menjelaskan peristiwa-peristiwa yang terjadi pada objek penelitian, juga terdapat proses kemunculan, perkembangan dan perubahan interaksi keseluruhan faktor-faktor dalam penelitian. Adapun permasalahan yang akan diteliti dan dianalisis adalah efektifitas publikasi berita melalui media sosial (studi pada koran Harian Ambon Ekspres)

¹ Heddy Shri Ahimsa Putra, *Fenomenologi Agama: Pendekatan Fenomenologi untuk Memahami Agama*, (Yogyakarta: Universitas Gadjah Mada, 2012), Jurnal Publikasi, Volume 20, nomor 2, November 2012, diakses 4 Februari 2024, pada pukul 13:03 WIT.

² Lexy J Moleong, *Metodelogi Penelitian Kualitatif* (Bandung: PT Remaja Rosdakarya, 2000) hal 3.

B. Lokasi dan Waktu Penelitian

1. Lokasi Penelitian

Adapun lokasi penelitian beralamat di kantor berita Harian Ambon Ekspres Jalan Jos Soedarso, Kelurahan Honipopu, Kota Ambon, Provinsi Maluku.

2. Waktu Penelitian

Penelitian ini berlangsung selama satu bulan mulai dari 22 Februari sampai 22 Maret 2024.

C. Sumber Data Penelitian

Sumber data merupakan informasi data yang dapat mendukung penelitian yang diteliti. Berdasarkan sumbernya, data dibedakan menjadi dua jenis, yaitu data primer dan data sekunder..

1. Data Primer

Data primer adalah data asli yang bersifat terbaru (*up to date*) dan untuk mendapatkannya peneliti harus mengumpulkannya secara langsung.

2. Data Sekunder

Data sekunder dikumpulkan untuk mendukung data primer, terutama dengan melakukan studi pustaka dan dokumentasi. Data sekunder dapat diperoleh melalui dokumen, buku, artikel, brosur dan website sejenis dengan penelitian ini. Data yang ditemukan dari sumber kedua ini, data tersebut tidak diperoleh secara langsung, khusus sumber yang diperoleh akan dianalisis secara kritis untuk mendapatkan jawaban atas permasalahan penelitian ini.

D. Informan Penelitian

Dalam penelitian ini, peneliti memilih tujuh informan dari kantor berita Harian Ambon Ekspres dan satu mahasiswa yaitu, direktur utama, redaktur pelaksana, pimpinan redaksi, redaktur *Youtube*, dan tiga wartawan.

E. Teknik Pengumpulan Data

Teknik pengumpulan data yang digunakan adalah penelitian lapangan. Artinya data dikumpulkan langsung di lokasi penelitian dengan menggunakan teknik pengumpulan data sebagai berikut:

1. Observasi

Observasi adalah teknik pengumpulan data melalui pencatatan yang cermat dan teratur. Dalam penelitian ini, peneliti mengamati permasalahan yang ada di lokasi penelitian yaitu, dari data pengamatan awal saat melakukan proses magang di Kantor Berita Harian Ambon Ekspres tentang penggunaan media sosial Ambon Ekspres.

2. Wawancara

Wawancara adalah komunikasi yang terjadi antara peneliti dengan informan. Dalam proses komunikasi tersebut, peneliti mengajukan beberapa pertanyaan tentang pokok permasalahan penelitian yang bertujuan untuk mendapatkan informasi atau data. Dalam hal itu, peneliti telah mewawancarai delapan informan yang diantaranya, Nasri Dimula (Direktur Utama Ambon Ekspres), Hadi (Pimpinan Redaksi Ambon Ekspres), Tajudin Buano (Redaktur Pelaksana Ambon Ekspres), Sarman Papalia (Redaktur *Youtube* Ambon Ekspres), Ars Hehanussa (Wartawan Ambon Ekspres),

Yudi Sangadji (Wartawan Ambon Ekspres), Leonardo (Wartawan Ambon Ekspres), dan Anggraini (Mahasiswa IAIN Ambon).

Wawancara dilakukan secara bebas namun perlu berpedoman pada pelaksanaan proses wawancara yang baik dan tepat agar pertanyaan lebih terarah. Data yang diperoleh berupa tanya jawab lisan dan melalui pesan WhatsApp.

3. Dokumentasi

Dokumentasi adalah proses pengambilan data yang diperoleh melalui dokumen berupa teks, gambar dan video. Berdasarkan hal tersebut, maka peneliti mengumpulkan bukti yang bersifat data-data tentang keberadaan media sosial Ambon Ekspres sejak tahun 2022 sampai dengan 2023. Adapun dokumen yang didapat adalah sejarah, profil, visi dan misi, struktur organisasi perusahaan dan dokumen lainnya didapat dari kelima akun media sosial Ambon Ekspres.

F. Teknik Analisis Data

Menurut Burhan Bungin mengemukakan bahwa teknik analisis data terbagi dalam beberapa bagian yaitu sebagai berikut³:

1. Reduksi Data

Reduksi data adalah proses merangkum dan kemudian memilah hal-hal pokok agar fokus hanya pada elemen-elemen penting saja. Dengan cara ini, data akan memberikan gambaran yang lebih jelas dan peneliti dapat dengan mudah mengumpulkan lebih banyak data dan mempelajarinya kembali jika diperlukan.

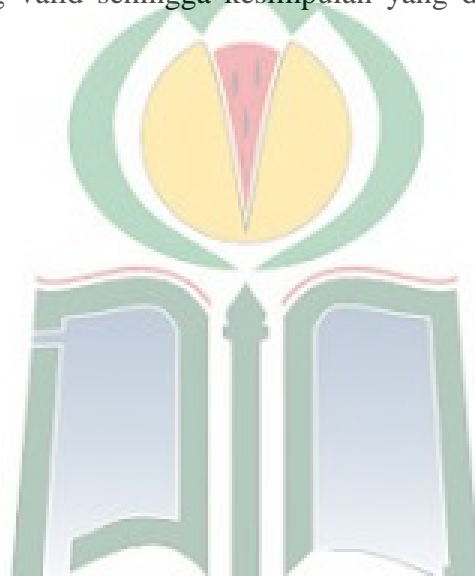
³ Hengki Wijaya, *Ringkasan dan Ulasan Buku Analisis Data Penelitian Kualitatif (Prof. Burhan Bungin)* (Makassar : Sekolah Tinggi Theologia Jaffray, 2018) Skripsi Naskah Publikasi, Diakses Selasa, 19 Desember 2023, Pukul 13:10 WIT.

2. Penyajian Data

Setelah direduksi data, data disajikan dalam bentuk teks deskriptif sehingga peneliti dapat dengan mudah menarik kesimpulan.

3. Menarik kesimpulan

Langkah ini merupakan langkah terakhir untuk menarik kesimpulan berdasarkan data yang disajikan pada langkah kedua. Penarikan kesimpulan merupakan proses berbasis data yang diperoleh dari reduksi dan penyajian data. Kesimpulannya didasarkan pada data yang valid sehingga kesimpulan yang diperoleh akurat atau dapat dipercaya.



BAB V PENUTUP

A. Kesimpulan

Berdasarkan masalah dan hasil pembahasan serta analisis data temuan, maka penulis menarik kesimpulan sebagai berikut :

1. Eksistensi koran Harian Ambon Ekspres dalam mempublikasikan berita melalui media sosial dinyatakan keberadaannya dalam kehidupan masyarakat luas. Tetapi penggunaan media sosial di Ambon Ekspres adalah sebagai media pendukung yaitu media promosi berita atau branding perusahaan yang berfungsi untuk memperkuat pilar bisnis di media cetak. bukan sebagai media publikasi berita secara utuh melainkan sebatas berita singkat yang bertujuan menarik pembacanya untuk membaca secara keseluruhan di koran fisik atau koran digital Ambon Ekspres. Adapun media sosial yang digunakan yaitu: *Facebook, Instagram, TikTok, Youtube, dan Twitter.*
2. Ditemukan bahwa ternyata penggunaan media sosial tersebut efektif tetapi tidak maksimal. efektif yang dilihat berdasarkan pengaruhnya pada perusahaan, pencapaian visi misi perusahaan dan jumlah pengikut, penonton dan like pada kelima akun media sosial tersebut dan yang paling efektif ada pada media sosial *Youtube*. Adapun tidak maksimal dikarenakan orang yang bertanggung jawab mengelola akun-akun media sosial tersebut tidak konsisten dalam mempublikasikan berita-berita pada setiap harinya

dikarenakan sebagian tidak lagi bekerja atas dasar alasan personalnya masing-masing dan tersisah redaktur Youtube yang masih mengelola akun tersebut.

B. Saran

Berdasarkan hasil yang telah ditemukan oleh peneliti saat melakukan penelitian, maka ditemukan beberapa hal yang harus diperhatikan, diantaranya adalah :

1. Admin akun media sosial Ambon Ekspres : disarankan agar konsisten dalam mempublikasikan produk-produk berita kepada massa secara cepat dan *up to date*. Karena pada saat peneliti melakukan penelitian, waktu jarak publikasi sangat jauh. Kemudian berdasarkan rekaman jejak media sosial, peneliti melihat akun *twitter, facebook, dan instagram* sudah tidak lagi aktif semenjak tahun 2023. Disarankan untuk bisa melakukan tugasnya dalam menjaga keaktifan dari kelima media sosial tersebut karena manfaatnya sangat besar bagi perusahaan.
2. Koran Harian Ambon Ekspres : sebaiknya lebih memperhatikan kinerja dari admin yang bertanggung jawab dalam mengelola akun-akun media sosial Ambon Ekspres untuk menjaga keaktifan dan konsisten dalam mempublikasikan berita-berita setiap harinya. Lebih memperhatikan model publikasi dan menarik minat pembacanya.

DAFTAR PUSTAKA

Jurnal

- Al-Qur'an dan Terjemahan. 2010. Bandung: CV Diponegoro.
- Anggraini Desi. 2020. *Efektifitas Media Sosial Instagram Dalam Penyampaian Pesan Dakwah (Studi Pada Akun Instagram @isalamdakwahcom)*. Sumatra: UIN Raden Intan Lampung. Jurnal Publikasi.
- Badan Pengembangan Bahasa dan Perbukuan. 2016-2024. Kementerian Pendidikan dan Kebudayaan Republik Indonesia. Kamus Besar Bahasa Indonesia.
- Bara Batu Elsa Annisa, Nasution Amelia Kartita, Ginting Zahara Rafika, dan Kartini, 2022. *Penelitian Tentang Twitter*. (Medan: Universitas Islam Negeri Sumatera Utara. 2022). Jurnal Edukasi Nonformal. VO. 3. NO. 2 (2022).
- Charnley V Mitchell. 2008. Dalam bukunya Reporting edisi ke-3 kemudian dikutip Juwito. *Menulis Berita dan Feature's*. Surabaya: Unesa University Press.
- Habibie Kusuma Dedi. 2018. *Dwi Fungsi Media Massa*. Yogyakarta: Universitas Gadjah Mada. Jurnal Ilmu Komunikasi.
- Hasibuan Iman Hairul. 2018. *Pemberitaan Media Cetak dalam Mempengaruhi Partai Politik untuk Menentukan Calon pada Pemilu pada Tahun 2015*. Jurnal Komunikasi.
- Ismail Anggi. 2023. *Peran Redaktur Dalam Mempertahankan Isi Berita Pada Koran Harian Ambon Ekspres*. Ambon: Institut Agama Islam Negeri. Naskah Publikasi.
- Naimah. 2019. *Efektifitas Media Sosial Facebook Sebagai Sarana Publikasi PMI Kabupaten Banjar*. Kalimantan: Universitas Islam Kalimantan. Jurnal Ilmu Komunikasi.
- Nida Khoirun Laili Fatma. *Persuasi Dalam Media Komunikasi Massa*. Jurnal Komunikasi Penyiaran Islam.

- Nurhayati Tatiek dan Darwansyah Ahmad. 2013. *Peran Struktur Organisasi dan Sistem Remunerasi dalam Meningkatkan Kinerja*. Semarang. Universitas Islam Sultan Agung.
- Puspita Ayu Nadia dan Samatan Nuriyati. 2022. *Efektifitas Media Sosial Akun Instagram @detikcom Dalam Pemenuhan Kebutuhan Informasi*. Jakarta Pusat: Universitas Gunadarma. Jurnal Publikasi Media dan Cinema.
- Wijaya Hengki. 2018. *Ringkasan dan Ulasan Buku Analisis Data Penelitian Kualitatif (Prof. Burhan Bungin)*. Makasar: Sekolah Tinggi Theologia Jaffray. Skripsi Naskah Publikasi.

Buku

- Barus Willing Sedia. 2010. *Jurnalistik Petunjuk Teknis Menulis Berita*. Jakarta: PT Gelora Aksara Pratama.
- Company Profil Ambon Ekspres. 2022
- M.F. Yusuf. 2021. *Pengantar Ilmu Komunikasi*. Yogyakarta: Pustaka Ilmu.
- Moleong J Lexy, 2000. *Metodelogi Penelitian Kualitatif*. Bandung: PT Remaja Rosdakarya.
- Romli M Syamsul Asep. 2008. *Kamus Jurnalistik*. Bandung: Simbiosis Rekatama Media.
- Rulli Nasrullah. 2017. *Media Sosial Prespektif Komunikasi, Budaya dan Sosioteknologi*. Bandung: Simbiosis Rekatama Media.
- Sambo Masriadi dan Yusuf Jafarudin. 2017. *Pengantar Jurnalisme Multiplatform*. Depok: Prenadamedia Group.
- Suryanto. 2018. *Kapita Selekta Komunikasi*. Bandung: CV Pustaka Setia.
- Suryawati Indah. 2014. *Jurnalistik Suatu Pengantar Teori Praktik*. Bogor: Ghalia Indonesia.
- Trianton Teguh. 2016. *Jurnalistik Komprehensif*. Yogyakarta: Ombak.
- Yunus Syarifudin. 2010. *Jurnalistik terapan*. Bogor: Ghalia Indonesia.

Situs Internet.

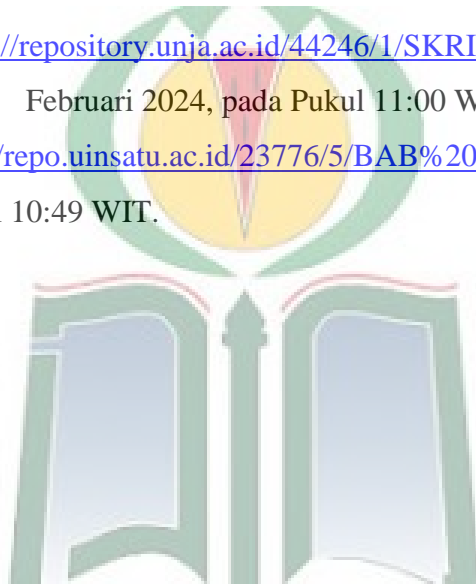
Diakses melalui <https://eprints.uny.ac.id/16724/6/BAB%20II.pdf> pada Jumat, 10 Mei 2024, Pukul 15:00 WIT.

Diakses melalui https://repository.radenfatah.ac.id/10367/2/3_BAB%20II.pdf pada Kamis, 09 Mei 2024, Pukul 07:56 WIT.

Diakses pada
https://eprints.unisnu.ac.id/id/eprint/187/4/3.%20151510000318_BAB%20II.pdf, 5 Februari 2024, pukul 11:15 WIT.

Diakses pada
<https://repository.unja.ac.id/44246/1/SKRIPSI%20FULL%20TEXT.pdf>, 5 Februari 2024, pada Pukul 11:00 WIT.

Diakses pada <http://repo.uinsatu.ac.id/23776/5/BAB%20II.pdf>, 5 Februari 2024, pada pukul 10:49 WIT.



LAMPIRAN-LAMPIRAN

a. Profil Narasumber

1. Nama : Nasri Dimula
Usia : 52 tahun
Jabatan : Direktur Utama Ambon Ekspres
Lokasi Wawancara : Kantor Berita Harian Ambon Ekspres
Waktu : 27 Februari 2024
2. Nama : Hadi
Usia : 54 tahun
Jabatan : Pimpinan Redaksi Ambon Ekspres
Lokasi Wawancara : Kantor Berita Harian Ambon Ekspres
Waktu : 27 Februari 2024
3. Nama : Tajudin Buano
Usia : 38 tahun
Jabatan : Redaktur Pelaksana Ambon Ekspres
Lokasi Wawancara : Kantor Berita Harian Ambon Ekspres
Waktu : 28 Februari 2024
4. Nama : Ars Hehanussa
Usia : 36 tahun
Jabatan : Wartawan Ambon Ekspres
Lokasi Wawancara : Kantor Berita Harian Ambon Ekspres
Waktu : 26 Februari 2024
5. Nama : Yudi Sangadji
Usia : 32 tahun
Jabatan : Wartawan Ambon Ekspres
Lokasi Wawancara : Chat WhatsApp
Waktu : 28 Februari 2024
6. Nama : Leonardo
Usia : 36 tahun

Jabatan : Wartawan Ambon Ekspres

Lokasi Wawancara : Kantor Berita Harian Ambon Ekspres

Waktu : 28 Februari 2024

7. Nama : Sarman Papalia

Usia : 26 tahun

Jabatan : Redaktur Youtube

Lokasi Wawancara : Chat WhatsApp

Waktu : 28 Februari 2024

8. Nama : Anggraini

Usia : 22 Tahun

Jabatan : Mahasiswa

Lokasi Wawancara : Fakultas Ushuluddin dan Dakwah

Waktu : 01 Maret 2024

Pertanyaan :

1. Apakah Ambon Ekspres menggunakan media sosial sebagai alternatif lain dalam publikasi berita?
 2. Media sosial apa saja yang digunakan dalam publikasi berita?
 3. Apa manfaat dalam penggunaan media sosial sebagai alternatif lain dalam publikasi berita bagi perusahaan?
 4. Bagaimana efektivitas dari penggunaan media sosial tersebut?
 5. Media sosial apa yang paling efektif, banyak followersnya, dan yang paling banyak menguntungkan bagi perusahaan?
- b. Dokumentasi Penelitian



Gambar 2.1. Wawancara bersama Nasri Dimula selaku Direktur Utama pada Koran Harian Ambon Ekspres



Gambar 2.2. Wawancara bersama Hadi selaku Pimpinan Redaksi pada Koran Harian Ambon Ekspres.



Gambar 2.3. Wawancara bersama Tajudin Buano selaku Redaktur Pelaksana pada Koran Harian Ambon Ekspres.



Gambar 2.4. Wawancara bersama Leonardo selaku wartawan pada Koran Harian Ambon Ekspres.



Gambar 2.5 Wawancara bersama Ars Hehanussa selaku wartawan pada Koran Harian Ambon Ekspres



Gambar 2.6 Wawancara bersama Anggraini selaku Mahasiswa IAIN Ambon.



Gambar 2.7 Wawancara bersama Yudi Sangadji selaku wartawan pada Koran Harian Ambon Ekspres melalui *chat WhatsApp*.



Gambar 2.8 Wawancara bersama Sarman Papalia selaku direktur *Youtube* pada Koran Harian Ambon Ekspres melalui *chat WhatsApp*.

TRANSKRIP HASIL WAWANCARA
EFEKTIVITAS PUBLIKASI BERITA MELALUI MEDIA SOSIAL (STUDI
PADA KANTOR BERITA AMBON EKSPRES)

1. Pelaksana Wawancara

Tanggal Wawancara : 27 Februari 2024

Tempat/Waktu : Kantor Berita Harian Ambon Ekspres, 14:15 WIT

Judul Wawancara : Bagaimana eksistensi dan efektivitas Koran Harian Ambon Ekspres dalam mempublikasikan berita melalui media sosial?

Peneliti : Apakah benar ambon ekspres menggunakan media sosial sebagai alternatif lain dalam publikasi?

Informan 1 : Sebenarnya media sosial itu bukan alternatif. Yang dimaksud alternatif itu, ketika media koran sebagai media reguler kita selama ini mengalami kendala tidak terbit maka kita pake wadah media sosial sebagai publikasi. Itu yang dimaksud alternatif yang saya pahami. Tapi, media sosial itu, kita tidak melakukan seperti itu. Media sosial itu kita pake hanya media pendukung ambon ekspres untuk memberikan penyebaran informasi yang lebih luas sebagai media penunjang bukan media alternatif. Beda media alternatif dengan media penunjang. Jadi keberadaan media sosial kita disini tetap kita hidupkan gunanya untuk mempromosikan prodak-prodak berita yang up to date setiap hari. Itulah fungsinya media sosial untuk memperkuat pilar bisnis kita di media cetak. Tidak pernah media sosial di publikasikan secara utuh. Karena dari sisi aturan dewan pers itu. Media sosial itu bukan sebagai wadah informasi yang resmi yang diakui oleh dewan pers. Karena media sosial itu

belum di atur dalam suatu keputusan atau sikap yang dilakukan oleh dewan pers. Kemudian itu dikatakan sebagai media resmi. Jadi media sosial itu hanya sebagai media penunjang. Jadi kita tidak pernah mempublikasikan berita secara utuh seperti halnya terjadi di koran ke media sosial. Dia hanya sebagai media penunjang, menyebarkan informasi yang singkat, dia hanya sebagai informan saja tentang kita mempublikasikan esok hari. Tapi sekarang media sosial juga sudah bisa difungsikan sebagai bisnis karena dari situ tergantung followers dan pengikutnya. Tapi kita belum fokus kesitu, kita ini masih tetap konsisten dengan koran yang kita kembangkan sekarang setelah media-media online. Sebagai media alternatif koran.

Peneliti : Media sosial berpengaruh atau tidak dalam penghasilan bagi perusahaan?

Informan 1 : Penghasilan dari media sosial. Memang kita mungkin beda lembaga, beda presepri. Kalau kita di ambon ekspres itu kita belum mengejar itu. Tetapi bagaimana kita bekerja prodak yang reguler prodak berita kita itu cepat diketahui tentang apa yang kita beritakan besok. Itu cukup. Kalau kita menjadikan media sosial sebagai omset atau pendapatan yang rutin itu kita belum berfikir kesitu. Meskipun itu tetap ada tetapi orientasi kita belum sampai kesitu.

Peneliti : Media sosial apa saja yang digunakan dalam publikasi berita?

Informan 1 : Ada kita punya cahnel youtube, tik tok, instagram,

Peneliti : Apa manfaat dalam penggunaan media sosial sebagai alternatif lain dalam publikasi berita bagi perusahaan?

Informan 1 : Manfaatnya bagi perusahaan itu sangat besar sekali. Yang pertama, bagaimana menciptakan branding berita kita di media sosial, kedua, bagaimana menciptakan branding perusahaan di media sosial, tiga, bagaimana kita mempromosikan kita punya produk sendiri melalui media sosial karena kecenderungan publik sekarang lebih cepat mengakses informasi di media sosial ketimbang di media-media mainstream. Itulah karena kecenderungan itu kita pake sebagai promosi memperkenalkan produk kita saja kalau kita pake media sosial sebagai alternatif yang dimaksudkan itu berarti kita muat secara utuh di media sosial berita-berita kita. berarti kita sama saja membunuh produk kita sendiri. Untuk apa kita mau baca koran lagi, kalau kita sudah baca semua di media sosial. Makanya kita tidak pakai media sosial sebagai publikasi utuh tentang berita. Sekedar menampilkan judul saja. Kalau skema itu kita pakai, itu sama dengan membunuh diri sendiri. Makanya kita pakai media sosial sebagai informan saja tentang apa pesan produk kita untuk besok.

Peneliti : Bagaimana efektivitas dari penggunaan media sosial tersebut?

Informan 1 : Efektivitas cukup bagus. Efektivitas media sosial itu tergantung berapa followersnya. Kalau berbicara efektivitas berarti bicara tentang kuantitas pengunjung disitu. Jadi kalau misalnya semakin banyak followers dan semakin banyak yang like dan scribe itu efektivitasnya tentu baik tetapi kalau misalnya yang di sebutkan juga kecil, otomatis dia juga berpengaruh terhadap penyebaran informasi terbatas. Jadi berbicara efektivitas itu berbicara soal kuantitas pengunjung seberapa banyak. Ambon ekspres menurut kita cukup untuk kebutuhan kita. Sekarang juga kita kembangkan usaha baru di lantai satu yaitu cafe, kita upload di media sosial dan hasilnya sangat positif, efektif banyak yang tau dari media sosial ketimbang di media mainstream karena kita iklankan juga di media koran, kita promosikan di media sosial, dan publikasi di media online dan media elektronik.

Peneliti : Media sosial apa yang paling efektif, banyak followersnya, dan yang paling banyak menguntungkan bagi perusahaan?

Informan 1 : Yang paling efektif itu tik tok dengan instagram. Karena tik tok dan IG itu, dia punya perlakuan beda dengan youtube. Jadi yang paling efektif dari keempat media sosial ini adalah facebook, tik tok, dan instagram. Kemudian followersnya juga banyak. Kalau di youtube itu kita sudah monotais. Jadi sudah tidak ada masalah dengan standar-standar untuk penjualan produk disitu. Sudah memenuhi syarat. Itu yang paling bagus itu tik tok dan instagram.

Peneliti : Apa keuntungannya bagi perusahaan?

Informan 1 : Kalau bicara tentang keuntungan itu kan berbicara tentang omset. Tetapi berbicara soal efektivitas berarti diluar omset. Kalau keuntungan itu berapa pendapatan anda hari ini. Tetapi kalau berbicara efektivitas itu lain lagi. Makanya disitu media sosial kita gunakan sebagai media promosi karena kita anggap lebih efektif sebagai media promosi.

2. Pelaksana Wawancara

Tanggal Wawancara : 27 Februari 2024

Tempat/Waktu : Kantor Berita Harian Ambon Ekspres, 15:05 WIT

Judul Wawancara : Bagaimana eksistensi dan efektivitas Koran Harian Ambon Ekspres dalam mempublikasikan berita melalui media sosial?

Peneliti : Apakah benar ambon ekspres menggunakan media sosial sebagai alternatif lain dalam publikasi?

Informan 2 : Keberadaan media sosial ambon ekspres, ada.

Peneliti : Media sosial apa saja yang digunakan dalam publikasi berita?

Informan 2 : Media sosial yang digunakan, ada youtube, instagram, facebook, tik tok.

Peneliti : Apa manfaat dalam penggunaan media sosial sebagai alternatif lain dalam publikasi berita bagi perusahaan?

Informan 2 : Manfaatnya dari sisi publikasi satu, memberikan kekuatan pemberitaan dari media cetak. Dia menjadi salah satu instrumen untuk menyampaikan informasi lebih awal. Tapi detailnya itu di koran. Itu hanya sebagai branding saja. Tujuannya kesitu. Jadi dari

sisi bisnis manfaatnya sebagai bisnis itu belum terlalu. Karena bisnis koran kor bisnisnya ada di koran bukan ada pada media sosial. Jadi sampai sekarang ini, ambon ekspres masih berdiri pada visi misi ada pada media cetak. Jadi media sosial itu hanya sebagai branding saja.

Peneliti : Bagaimana efektivitas dari penggunaan media sosial tersebut?

Informan 2 : Sejauh ini efektif dari sisi informasi tapi belum efektif dari sisi bisnis. Dari sisi informasi, bisa dilihat berapa pengikutnya di setiap media sosialnya.

Peneliti : Media sosial apa yang paling efektif, banyak followersnya, dan yang paling banyak menguntungkan bagi perusahaan?

Informan 2 : Kalau dinilai dari sisi bisnis belum bisa memberikan kontribusi yang positif. Tapi kalau untuk pengikutnya bisa dilihat. Mulai dari lima kanal media sosial dan itu mana yang paling banyak. Yang paling efektif itu ada pada youtube, karena ada item-item podcestnya disitu, ada informasi-informasi yang sifatnya pendek dan lengkapnya dari sisi informasi tidak terlalu padat karena tidak dibatasi dengan durasi.

3. Pelaksana Wawancara

Tanggal Wawancara : 28 Februari 2024

Tempat/Waktu : Kantor Berita Harian Ambon Ekspres, 16:11 WIT

Judul Wawancara : Bagaimana eksistensi dan efektivitas Koran Harian Ambon Ekspres dalam mempublikasikan berita melalui media sosial?

Peneliti : Apakah Ambon Ekspres menggunakan media sosial sebagai alternatif lain dalam publikasi berita?

Informan 3 : Memang ada. Itu sudah berjalan lama sebenarnya. Jadi ameks itu sudah banyak punya media sosial karena ameks ini merupakan koran yang sudah cukup lama di Maluku. Kalau katong liat dia punya rekam jejak sebenarnya facebook ambon ekspres itu sudah ada sejak tahun 2010. Setelah instagram dia mulai digunakan banyak orang baru kemudian sekarang kita sudah punya instagram, youtube, tiktok dan twiter.

Peneliti : Apa manfaat dalam penggunaan media sosial sebagai alternatif lain dalam publikasi berita bagi perusahaan?

Informan 3 : Itu sangat bermanfaat terlebih khusus pada promosi berita. Itu sangat bermanfaat pada perusahaan dan hal branding. Jadi misalnya kaya facebook ameks pertama itu pengikutnya 5rb-an itu awal-awal sekali media sosial facebook cukup membantu publikasi koran sebenarnya. Jadi manfaat yang pertamanya itu bagi branding perusahaan bahwa ameks itu koran besar ternyata dia juga eksis di media sosial. Selain itu bermanfaat juga untuk publikasi berita dan penyebaran informasi. Dengan membagikan paper untuk memancing orang membaca koran. Jadi katong sertakan dia punya link website koran ini karena dulu belum ada. Sekarang sudah satu tahun lebih katong sudah punya ameks digital. Jadi paper ini sudah bisa baca di versi digitalnya ada. Jadi yang di publikasikan di

media sosial itu hanya sekedar gambar dan poin-poin penting saja untuk memancing orang membaca koran ameks.

Peneliti : Bagaimana perkembangan media sosial Ambon Ekspres selama satu tahun ini, mulai dari januari 2023 sampai desember 2023?

Informan 3 : Perkembangannya naik turun karena admin juga tidak setiap hari posting juga. Jadi ada berita-berita heboh baru dia posting. Tapi dalam beberapa bulan terakhir diawal-awal dibikin kan media sosial facebook ini kan banyak. Tapi awal-awal itu memang ada orang-orang khusus yang menangani itu. Jadi dia punya jugas setiap hari itu selain dia bagi JPG atau gambar itu dia juga biasa dia membagikan video.

Peneliti : Sejak kapan mulai menggunakan media sosial?

Informan 3 : Ameks itu media paling pertama di maluku yang mengusul konsep konvergensi itu penggabungan beberapa media dalam satu platform. Jadi konfergensi kalo setau beta itu katong sudah bikin lima atau enam tahun yang lalu. Sehingga era konvergensi ini di massa direktur utama ambon ekspres pak Mahfud Falyubi itu sudah ada konsepnya. Jadi katong sudah manfaatkan akang jauh sebelum itu hanya saja perjalanannya pengelolaannya tidak maksimal saja karena 2010 itu banyak orang yang belum menggunakan media sosial.

Peneliti : Apa kekurangan dan kelebihan dari penggunaan media sosial sebagai alternatif lain dalam publikasi berita?

Informan 3 : Keuntungan media sosial adalah orang akan mudah mendapatkan informasi atau berita dari media massa ambon ekspres itu lewat media sosial. Jadi sebelum mereka membaca isi berita di koran. Mereka sudah mengetahui head line nya di media sosial setelah itu barulah mereka membacanya secara lengkap di koran fisik. Kekurangannya itu bagaimana orang kemudian menganggap media sosial itu sebagai media massa resmi. Itu yang menjadi tantangan bagi katong, informasi di media sosial itu yang mereka anggap itu berita yang sudah pasti padahal kan beda. Perlu di tegaskan media massa itu produk jurnalistik yang katong dapatkan melalui tahap-tahap yang cukup panjang. Tapi katong sudah bertekad pasar katong di media sosial maka segala resiko katong harus tanggung.

Peneliti : jadi berita yang dipublikasikan bukanlah berita secara utuh?

Informan 3 : Jadi yang dipublikasikan di media sosial itu bukanlah berita yang ditulis secara menyeluruh sesuai dengan berita di koran fisik. Jadi ada dua cara katong menggunakan media sosial. Yang pertama itu untuk mempromosikan katong punya berita di koran ambon ekspres di media sosial. Yang kedua itu setelah ameks terdigitalisasi, katong hanya akan membagikan link ameks digital saja atau koran digital yang kemudian khalayak akan mengklik link tersebut dan bisa membaca berita secara utuh. Untuk di tiktok itu kita pilih salah satu berita yang cukup menarik. Kaya misalkan head line nya hari ini itu katong bikin videonya jadi tiktok kan

hanya beberapa menit jadi katong pake suara dubbing beberapa menit saja jadi orang nanti dengar juga di youtube itu diulas sedikit. Terus katong tampilkan video cuplikan saja.

Peneliti : Setiap berita yang dipublikasikan pada setiap akun apakah cara penulisan beritanya berbeda-beda atau tidak?

Informan 3 : Untuk penulisan berita pada setiap media sosial itu berbeda-beda. Jadi contohnya ada 6 berita nanti katong ulas sedikit-sedikit saja dalam satu postingan. Jadi beda kalo dengan konten di youtube.

Peneliti : Apa keuntungannya bagi perusahaan?

Informan 3 : Untuk podcast sudah beberapa kali orang membayar. Awal-awal promosi itu tidak membayar tapi seketika jalan satu dua orang itu sudah membayar. Orang yang mau tampil itu yang bayar ke perusahaan. Tapi katong juga kejar dia pung iklan. Tapi katong pung subscriber kan belum banyak. Tapi sudah ada orang yang mau pasang iklan. Cuma katong masih kalah di pengunjung. Memang pendapatan sudah ada tapi masih sedikit. Katong punya podcast ameks itu pernah dapat sekitar 5 juta. Jadi dong program tapi pake katong padcast.

Peneliti : Bagaimana efektivitas dari penggunaan media sosial tersebut?

Informan 3 : Kalau menurut saya belum terlalu efektif karena yang pertama adalah orang-orang yang pegang media sosial ini tidak konsisten. Tapi sebenarnya sudah bermanfaat dan berkontribusi. Jadi orang-

orang beberapa pengiklan di ameks itu justru dilihat dari katong pung media sosial.

Peneliti : Media sosial apa yang paling efektif, banyak followersnya, dan yang paling banyak menguntungkan bagi perusahaan?

Informan 3 : Sebenarnya media sosial yang paling menarik orang itu di Youtube. Saya melihatnya dari tingkat viuwers nya dan juga tingkat reteng share nya. Karena orang lebih suka mencari informasi di konten video dibandingkan konten narasi. Karena konten di video itu beragam.

4. Pelaksana Wawancara

Tanggal Wawancara : 26 Februari 2024

Tempat/Waktu : Kantor Berita Harian Ambon Ekspres, 11:10 WIT

Judul Wawancara : Bagaimana eksistensi dan efektivitas Koran Harian Ambon Ekspres dalam mempublikasikan berita melalui media sosial?

Peneliti : Apakah Ambon Ekspres menggunakan media sosial sebagai alternatif lain dalam publikasi berita?

Informan 4 : Kalau publikasi lewat media sosial kayanya beta kurang tau. Tapi hasil pemberitaan di dong punya media online kemudian koran. Lalu, dimasukan kedalam medsos iya. Tapi bukan publikasi di media sosial bukan, hasil pemberitaan yang di muat di media mainstem baru dipublikasi di media sosial.

Peneliti : Media sosial apa saja yang digunakan dalam publikasi berita?

Informan 4 : Facebook, instagram, tik tok, kan sekarang lagi trend di tik tok.

Peneliti : Apa manfaat dalam penggunaan media sosial sebagai alternatif lain dalam publikasi berita bagi perusahaan?

Informan 4 : Mengembangki pemberitaan yang ada salah satunya itu. Sekarang kan lagi ngetren main medsos, menambah followers.

Peneliti : Bagaimana efektivitas dari penggunaan media sosial tersebut?

Informan 4 : Menurut beta, efektif. Karena disitu followersnya banyak, followers tiap hari ada, dan kemudian orang yang baca juga banyak. Kan dapa tau berapa orang yang like dan itu ada.

Peneliti : Media sosial apa yang paling efektif, banyak followersnya, dan yang paling banyak menguntungkan bagi perusahaan?

Informan 4 : Kalau beta lihat dikondisi sekarang ini, tik tok, instagram, facebook apa lagi. Facebook ini seng ada data jua mode gratis juga bisa.

5. Pelaksana Wawancara

Tanggal Wawancara : 28 Februari 2024

Tempat/Waktu : Chat WhatsApp, 17:20 WIT

Judul Wawancara : Bagaimana eksistensi dan efektivitas Koran Harian Ambon Ekspres dalam mempublikasikan berita melalui media sosial?

Peneliti : Apakah Ambon Ekspres menggunakan media sosial sebagai alternatif lain dalam publikasi berita?

Informan 5 : Iya selain Koran yang merupakan sumber usaha pertama. Ambon ekspres juga punya media sosial Facebook, Tik Tok dan Youtube. Yang mana dari berbagai platform media sosial itu, berita berita yang disajikan merupakan hasil penggarapan reporter di lapangan sebagai bahan pemberitaan koran cetak harian Ambon Ekspres.

Peneliti : Sejak kapan mulai menggunakan media sosial?

- Informan 5 : Media sosial yang dibuat kurang lebih sudah 5 tahun lebih, sebelum pandemi covid 19.
- Peneliti : Apa manfaat dalam penggunaan media sosial sebagai alternatif lain dalam publikasi berita bagi perusahaan?
- Informan 5 : Manfaatnya “Peminat buat pemasangan iklan, edors dari berbagai perusahaan dan instansi terkait. Perusahaan akan mendapat omset dari berbagai iklan, serta pemberitaan promosi. Untuk harganya, tergantung kesepakatan pemasan iklan dan pihak perusahaan. Sama hal juga berita berita promosi yang dimuat di media sosial, tik tok, facebook, IG dan Podcast Youtube”.
- Peneliti : Apakah ada yang sudah pernah pasang iklan?
- Informan 5 : Iya, hampir tiap hari ada iklan Baik iklan perorangan maupun promosi perusahaan. Dan cara pemasangan iklannya bayar didepan sebelum iklan diterbitkan.
- Peneliti : Itu mereka pasanganya dimana?
- Informan 5 : Biasanya itu di Tik Tok dan IG ada juga di Youtube dan Media Online, Ameksonline.co.id dan AmbonTerkini.
- Peneliti : Mengapa menggunakan media sosial sebagai alternatif lain dalam publikasi berita?
- Informan 5 : Untuk lebih memperkenalkan Ambon Ekspres khalayak luas, loka maupun nasional. Itulah alasan ambon ekspres membuat inovasi pemberitaan lewat media sosial. Tambahan, skarang ini semakin berkembangnya informasi dan komunikasi publik. Ambon ekspres saat ini ada satu inivasi terbaru namanya Koran digital. Koran digigal ini bisa diupdate dan dibaca lewat HP Jadi para pembaca yg ingin membaca berita berta ambon ekspres tidak susa” buat beli koran fisik tapi bisa melalui website e-paperameks.com.
- Peneliti : Apa kekurangan dan kelebihan dari penggunaan media sosial sebagai alternatif lain dalam publikasi berita?
- Informan 5 : Kalau kurang kayaknya tidak ada yaa, lebih ke jumlah viuw, dan subscribe untuk Youtube dan folower yang belum banyak. Kalau keuntungan, banya peminat dan lebih dikenal kerana inovasi terbaru Ameks dan pemasukan omset buat perusahaan.

- Peneliti : Patokan harga iklan yang dipasang kisaran harga berapa?
- Informan 5 : Itu tugas bagian periklanan dan Promosi. Kalau reporter hanya tugas liput di lapangan.
- Peneliti : Bagaimana efektivitas dari penggunaan media sosial tersebut?
- Informan 5 : Media sosial lebih evektif. Karena orang dengan mudah mengakses berita barita hanya lewat HP tanpa harus beli koran fisik. Keduanya sama” menguntungkan, media sosial banyak omset ke perusahaan lewat iklan. Sementara koran, dari berbagai berita kerja sama relasi, instansi pemerintah dan pihak terkait. Yang keuntungannya, dari pemberitaan itu akan dibayar oleh instansi terkait.
- Peneliti : Media sosial apa yang paling efektif, banyak followersnya, dan yang paling banyak menguntungkan bagi perusahaan?
- Informan 5 : Ketiga media itu paling evektif karena paling gampang diakses. Sehingga banyak yang lebih tertarik buat beriklan. Ketiga media ini yang banyak pakai dipasang iklan.
6. Pelaksana Wawancara
Tanggal Wawancara : 28 Februari 2024
Tempat/Waktu : Kantor Berita Harian Ambon Ekspres, 12:07 WIT
Judul Wawancara : Bagaimana eksistensi dan efektivitas Koran Harian Ambon Ekspres dalam mempublikasikan berita melalui media sosial?
- Peneliti : Apakah Ambon Ekspres menggunakan media sosial sebagai alternatif lain dalam publikasi berita?
- Informan 6 : Memang ada.
- Peneliti : Media sosial apa saja yang digunakan dalam publikasi berita?
- Informan 6 : Media sosial yang ada itu facebook, instagram, dan tik tok.
- Peneliti : Apa manfaat dalam penggunaan media sosial sebagai alternatif lain dalam publikasi berita bagi perusahaan?

Informan 6 : Manfaatnya untuk menjangkau masyarakat atau warga yang mungkin tidak bisa dapat koran fisik, dia bisa melalui digitalisasi. Sehingga rangkaian-rangkaian berita itu tidak terputus saja di dalam kota. Tetapi ke seluruh maluku atau seluruh indonesia pun dapat mencapai informasi itu.

Peneliti : Bagaimana efektivitas dari penggunaan media sosial tersebut?

Informan 6 : Efektivitasnya terarah dan tepat sasaran sehingga warga masyarakat di kota ambon pun atau bukan di kota ambon bisa dapat menikmati layanan atau pemberitaan informasi.

Peneliti : Media sosial apa yang paling efektif, banyak followersnya, dan yang paling banyak menguntungkan bagi perusahaan?

Informan 6 : Media sosial yang paling efektif banyak. Misalnya facebook banyak pengikutnya, instagram, tik tok juga banyak. Sekaligus youtube juga banyak subscribenya. Jadi tidak dipungkiri empat sosial media ini tidak menutup kemungkinan bahwa mereka membantu melayani atau memberikan informasi kepada warga ambon atau daerah lain untuk menikmati informasi-informasi yang ada di sekitaran ambon.

Peneliti : Apa keuntungannya bagi perusahaan?

Informan 6 : Keuntungannya viuwers yang lebih banyak. Ada yang pernah pasang iklan. Harganya Tergantung ada yang warna, kecil dan setengah halaman itu tergantung permintaan.

- Peneliti : Sejak kapan mulai menggunakan media sosial?
- Informan 6 : Penggunaan media sosial mulai dari tahun 2020.
- Peneliti : Setiap berita yang dipublikasikan pada setiap akun apakah cara penulisan beritanya berbeda-beda atau tidak?
- Informan 6 : Penulisan berita pada setiap media sosial itu berbeda-beda. Karena kita edit dulu agar tidak sama dengan web. Jadi dia punya cole up di depan itu akan berbeda tapi isinya tetap sama. Rentetan atau urutan tetap sama.
- Peneliti : Media sosial berpengaruh atau tidak dalam penghasilan bagi perusahaan?
- Informan 6 : Media sosial sangat berpengaruh untuk perusahaan. Lebih banyak dikenal.
- Peneliti : Apa kekurangan dan kelebihan dari penggunaan media sosial sebagai alternatif lain dalam publikasi berita?
- Informan 6 : Kekurangannya tidak dapat menjangkau koran secara langsung dan kelebihanannya itu tidak membatasi ruang dan waktu.
- Peneliti : Mengapa menggunakan media sosial sebagai alternatif lain dalam publikasi berita?
- Informan 6 : Alasan menggunakan media sosial Untuk menjangkau daerah-daerah yang tidak dapat menggunakan koran fisik.

7. Pelaksana Wawancara

Tanggal Wawancara : 28 Februari 2024

Tempat/Waktu : Chat WhatsApp, 18:10 WIT

Judul Wawancara : Bagaimana eksistensi dan efektivitas Koran Harian Ambon Ekspres dalam mempublikasikan berita melalui media sosial?

Peneliti : Apakah Ambon Ekspres menggunakan media sosial sebagai alternatif lain dalam publikasi berita?

Informan 7 : Ya, keberadaan media sosial Ambon Ekspres memang benar-benar ada sebagai alternatif lain dalam publikasi berita.

Peneliti : Media sosial apa saja yang digunakan dalam publikasi berita?

Informan 7 : Ambon Ekspres menggunakan media sosial seperti TikTok, Instagram, Facebook, Twitter dan Youtube untuk menyebarkan pemberitaan yang telah diterbitkan oleh Harian Koran, kemudian dipublikasikan ke platform sosial tersebut.

Peneliti : Sejak kapan mulai menggunakan media sosial?

Informan 7 : Saya sudah kerja dari tahun 2020 dan itu sosmednya sudah ada dan saya dipercayai untuk mengelola sosmed tersebut. Jadi saya tidak tau sejak kapan media sosial tersebut digunakan.

Peneliti : Apa manfaat dalam penggunaan media sosial sebagai alternatif lain dalam publikasi berita bagi perusahaan?

Informan 7 : Manfaat penggunaan media sosial sebagai alternatif lain dalam publikasi berita bagi perusahaan adalah meningkat jangkauan publikasi, memperluas audiens, mempercepat penyebaran informasi, memungkinkan interaksi langsung dengan audiens, dan

memperkuat citra merek perusahaan melalui keterlibatan aktif dengan pengguna media sosial.

Peneliti : Mengapa menggunakan media sosial sebagai alternatif lain dalam publikasi berita?

Informan 7 : Alasannya untuk meningkatkan jangkauan publikasi, dan untuk mendapatkan penghasilan, selain itu juga ada nilai positif terhadap publikasi.

Peneliti ; Bagaimana perkembangan media sosial Ambon Ekspres selama satu tahun ini, mulai dari Januari 2023 sampai Desember 2023?

Informan 7 : Perkembangannya cukup signifikan, peningkatan pengikut, interaksi, dan keterlibatan dengan audiens telah terlihat melalui peningkatan jumlah komentar, like, dan share pada konten yang dipublikasikan oleh Ambon Ekspres di platform media sosial mereka. Upaya konsistensi dalam menyajikan konten yang relevan dan menarik juga dapat menjadi faktor penting dalam perkembangan tersebut.

Peneliti : Apa kekurangan dan kelebihan dari penggunaan media sosial sebagai alternatif lain dalam publikasi berita?

Informan 7 : Kelebihannya yaitu, jangkauan luas : media sosial memungkinkan perusahaan untuk mencapai audiens yang luas diberbagai lokasi geografis. Interaksi langsung : media sosial memungkinkan interaksi langsung antara perusahaan dan audiensnya. Menciptakan hubungan yang lebih dekat dan terlibat. Penyebaran cepat : berita

dapat disebarkan dengan cepat melalui media sosial, memungkinkan informasi untuk sampai kepada audiens dengan lebih efisien. Biaya rendah : dibandingkan dengan metode publikasi tradisional, penggunaan media sosial bisa lebih ekonomis dan efektif. Kekurangannya yaitu, Kontrol terbatas : perusahaan memiliki kendali terbatas atas cara konten disajikan dan diinterpretasikan di media sosial. Penyebaran informasi palsu : media sosial rentan terhadap penyebaran berita palsu atau informasi yang tidak valid. Ketergantungan pada algoritma : terkadang konten perusahaan mungkin tidak mencapai audiensnya secara maksimal karena algoritma yang mengatur tampilan konten media sosial. Kesulitan mencapai target tertentu : meskipun jangkauan luas, media sosial mungkin tidak efektif dalam mencapai target pasar tertentu : meskipun tidak efektif dalam mencapai target pasar tertentu yang tidak aktif secara online atau menggunakan platform media sosial yang berbeda.

8. Pelaksana Wawancara

Tanggal Wawancara : 01 Maret 2024

Tempat/Waktu : Fakultas Ushuluddin dan Dakwah, 12:00 WIT

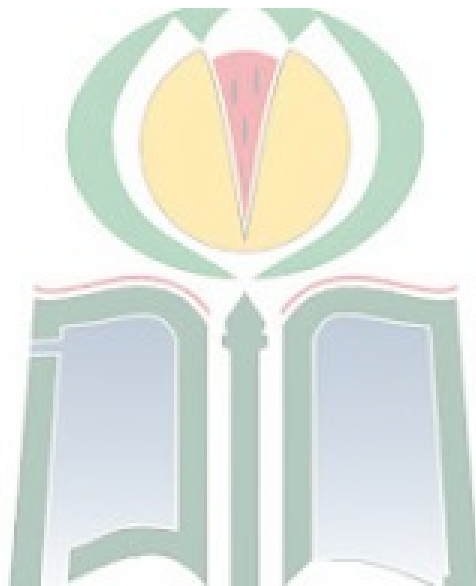
Judul Wawancara : Bagaimana eksistensi dan efektivitas Koran Harian Ambon Ekspres dalam mempublikasikan berita melalui media sosial?

Peneliti : apakah anda pernah melihat atau membaca berita di media sosial Ambon Ekspres?

Informan 8 : iya pernah

Peneliti : di media sosial apa?

Informan 8 : di tiktok, barang akang lewat beta fyp. Tapi abis itu beta seng pernah lia dong postingan-postingan lagi padahal beta su mengikuti dong.





KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI AMBON
FAKULTAS USHULUDDIN DAN DAKWAH
Jl. Dr. H. Tarmizi Taher Kebun Cengkeh Batu Merah Atas – Ambon 97128
Telp. (0911) 344816 Fax. (0911) 344315 Email : iain_Ambon07@yahoo.com

Nomor : B-52/In.09/3/3-a/TL.00/02/2024
Lampiran : -
Perihal : **Permohonan Izin Penelitian**

Ambon, 19 Februari 2024

Kepada Yth :
Wali Kota Ambon
Di
Ambon

Assalamualaikum Wr,Wb.

Dalam rangka proses penyelesaian studi mahasiswa Fakultas Ushuluddin dan Dakwah IAIN Ambon, maka dengan ini kami memohon kepada Bapak agar memberikan izin penelitian skripsi kepada :

Nama : Nurlela Musiin
NIM : 200207002
Program Studi : Jurnalistik Islam
Semester : VIII (Delapan)
Alamat : Kompleks IAIN Ambon
Judul Skripsi : Efektivitas Publikasi Berita Melalui Media Sosial (Studi Pada Koran Harian Ambon Ekspres).
Lokasi : Harian Ambon Ekspres
Waktu : 22 Februari– 22 Maret 2024

Demikian, atas perhatian dan kerjasamanya kami ucapkan terima kasih.

Wassalamu'alaikum Wr, Wb

Dekan
Dr. Moh Yamin Rumra, M.Si
NIP. 19620511 199302 1 001

Tembusan Kepada Yth:
Rektor IAIN Ambon (Sebagai Laporan)



**PEMERINTAH KOTA AMBON
DINAS PENANAMAN MODAL DAN
PELAYANAN TERPADU SATU PINTU**

*Jln. Sultan Hairun No. 1 Ambon, Telp. 0911-351579
KodePos : 97126 website: dpmpstp.ambon.go.id email : dpmpstp@ambon.go.id*

SURAT KETERANGAN PENELITIAN

NOMOR : 185/DPMPTSP/II/2024

- Dasar** : 1. Peraturan Menteri Dalam Negeri Nomor 3 Tahun 2018 tentang Penerbitan Surat Keterangan Penelitian;
3. Peraturan Walikota Ambon Nomor 11 tahun 2021 tentang Pelimpahan Kewenangan Perizinan dan Non Perizinan Kepada Dinas Penanaman Modal Dan Pelayanan Terpadu Satu Pintu;
4. Keputusan Walikota Ambon Nomor 346 Tahun 2021 tentang Penetapan Standar Pelayanan Terintegrasi Secara Online Single Submission dan Non Online Single Submission pada Dinas Penanaman Modal dan Pelayanan Terpadu Satu Pintu Kota Ambon;
4. Berdasarkan Surat Pengantar Izin Penelitian Kepala Badan Kesatuan Bangsa dan Politik Nomor070/272/BKBP/2024.
- Menimbang** : Surat Dekan Fakultas Ushuluddin Dan Dakwah Institut Agama Islam Negeri Ambon Nomor. B-52/In.09/3/3-a/TL.00/02/2024 Tanggal 19 Februari 2024
- Kepala DPMPTSP Kota Ambon, memberikan izin kepada :
- Nama** : NURLELA MUSIIN
Identitas : Mahasiswa
Untuk : Efektivitas Publikasi Berita Melalui Media Sosial (Studi Pada Koran Harian Ambon Ekspres)
1. Lokasi Penelitian : Harian Ambon Ekspres
2. Waktu Penelitian : 01 (Satu) Bulan

Sehubungan dengan maksud diatas, maka dalam melaksanakannya agar memperhatikan hal-hal sebagai berikut :

- Mentaati semua ketentuan / peraturan yang berlaku;
- Melaporkan kepada instansi terkait untuk mendapatkan petunjuk yang diperlukan;
- Surat Rekomendasi ini hanya berlaku bagi kegiatan : Penelitian;
- Tidak menyimpang dari maksud yang diajukan serta tidak keluar dari lokasi penelitian;
- Memperhatikan keamanan dan ketertiban umum selama pelaksanaan kegiatan berlangsung;
- Memperhatikan dan mentaati budaya dan adat istiadat setempat;
- Surat Rekomendasi ini berlaku dari Tanggal 22-02-2024 s/d 22-03-2024 serta dapat dicabut apabila terdapat penyimpangan / pelanggaran dari ketentuan tersebut;

Demikian Surat Keterangan ini dibuat untuk dipergunakan sebagaimana mestinya.

Pada Tanggal : 21 Februari 2024

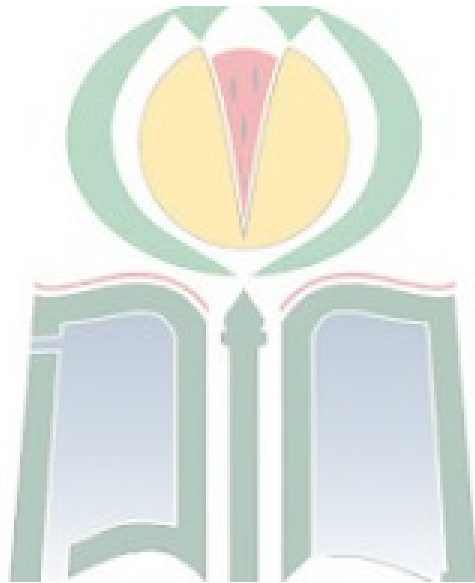
**A.n: WALIKOTA AMBON
KEPALA DINAS PENANAMAN MODAL
PELAYANAN TERPADU SATU PINTU**

Ir. Pieter Samima, M.Si
Pembina Utama Muda

NIP: 19640222 199203 1 011



Dokumen ini telah ditandatangani secara elektronik menggunakan sertifikat elektronik yang diterbitkan oleh BSR E





Harian Pagi

Ambon Ekspres

Komanya Orang Malaka

Jl. Yos Soedarso, PO Box 556 Ambon
Telp. (0911) 354449, 347444 (Hunting)
Fax Redaksi : 0911 - 315237
Fax Iklan : 0911 - 353547
Fax Perusahaan : 0911 - 314794
<http://www.ambonekspres.com>
E-mail : ambon_ekspres@yahoo.com

SURAT KETERANGAN

NOMOR : 011/UM-SDM/AE/PST/III/2024

Saya yang bertandatangan di bawah ini

Nama : **M. Martsalan Pelupessy**
Jabatan : **Manager Umum & SDM**
Alamat : **Jl. Yos Soedarso Ambon**

Atas nama pimpinan Hr. Ambon Ekspres, menerangkan bahwa :

Nama : **NURLELA MUSIIN**
Alamat : **Kompleks STAIN Arema**

Adalah mahasiswa Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Ambon Fakultas Ushuludin dan Dakwah Program Studi Jurnalistik Islam, dengan NIM 200207002, yang telah melakukan **Penelitian** selama 1 (satu) bulan sejak tanggal 22 Februari s/d 22 Maret 2024 di Harian Ambon Ekspres dalam rangka pembuatan skripsi dengan judul "**Efektifitas Publikasi Berita Melalui Media Sosial (Studi pada Koran Harian Ambon Ekspres)**"

Demikian Surat keterangan ini dibuat agar dapat dipergunakan dengan sebagaimana mestinya.

Ambon, 22 Maret 2024

PT. Ambon Press Intermedia

PT. AMBON PRESS INTERMEDIA
AMBON, MALUKU

(M. Martsalan Pelupessy)

Manager Umum & SDM

Perwakilan : Graha L9, Jl. Kebayoran Lama Pal 7 No. 17 Jakarta Selatan Tlp. (021) 5330976, 532263,
Fax. (021) 5322629. Surabaya : Graha Pena Jl. Jend A. Yani No 88 Telp (031) 8294550 Ext 251,
Makassar : Jl. Urip Sumohardjo Telp. (0411) 441441 (hunting), Biro : Masohi : Jl. Manusela Telp. (0914) 21899.