

Anlisis pemberitaan Infotainment Dalam Perspektif Jurnalis Tribun Timur

Rahmat Hidayat¹, Munzir², Yoga Adrian³

¹Ilmu Komunikasi, Universitas Pendidikan Muhammadiyah Sorong, Indonesia

²Akuntansi, Universitas Pendidikan Muhammadiyah Sorong, Indonesia

³Ilmu Pemerintahan, Universitas Pendidikan Muhammadiyah Sorong, Indonesia

*Email Co-Authors: rahmathidayat@unimudasorong.ac.id

Article Info

Keyword:
Infotainment
Gossip
Nilai Berita
Jurnalisme

Abstrak: Penelitian kali ini dilakukan bertujuan untuk menganalisis pandangan (pemahaman) jurnalis tribun timur dalam pemberitaan infotainment. Penelitian ini menggunakan pendekatan *kualitatif deskriptif* dengan metode pengumpulan data berdasarkan *studi kepustakaan* sebagai data sekunder dan pengumpulan data primer dengan cara *observasi* (pengamatan langsung), wawancara mendalam dan tambahan data bersifat dokumentasi selama penelitian berlangsung. Menggunakan teknik analisis data atau metode pengolahan data dengan proses tahap pengumpulan data, reduksi data, penyajian data hasil penelitian dan verifikasi data / penarikan kesimpulan terhadap hasil penelitian. Hasil penelitian menunjukkan bahwa pemahaman jurnalis tribun timur tentang gossip ialah gossip bukan berita dan akan menjadi berita apabila telah melalui proses peliputan seperti berita lainnya. Bagi jurnalis tribun timur, jurnalis hadir sebagai pencari fakta dan memberikan jawaban untuk setiap kondisi dalam masyarakat termasuk kondisi akan hal-hal seperti isu, wacana atau gossip.

Article History:

Received:
Revision:
Accepted:

This is an open access article under the [CC-BY-SA](https://creativecommons.org/licenses/by-sa/4.0/) license.



PENGANTAR

Manusia merupakan makhluk sosial dengan tingkat saling membutuhkan, lebih tinggi ketimbang makhluk lain-nya. Komunikasi bagi manusia, dapat dikatakan tidak akan berlanjut, baik individu ke individu, kelompok hingga generasi ke generasi, bila tidak menggunakan (membutuhkan) alat bantu. Oleh sebab itu, ditinjau dari proses komunikasi, manusia memiliki ketergantungan pada sebuah alat, benda dan lain-lain sebagainya yang dapat menyapaikan pesan dari proses komunikasi. Pralatan tersebut dan dikemudian hari kita kenal sebagai *Media*.

Media merupakan instrument yang dapat digunakan untuk melakukan proses komunikasi secara individu hingga kelompok dan juga menyentuh berbagai kalangan. Seiring dengan berjalannya waktu, media telah mengalami perkembangan dan kini telah mengenalnya sebagai media massa. Agar sebuah pesan dapat tersampaikan secara massif dan inten, maka dibutuhkan media massa. Media massa tidak ubahnya telah menjelma sebagai indra baru bagi manusia dengan memiliki cakupan atau tingkat jangkauan luas dan jauh. Media massa merupakan istilah untuk memberikan gambaran terhadap alat komunikasi dan informasi dengan jangkauan skala terbatas hingga sekala luas. Istilah media massa ditujukan kepada beberapa media yang telah ada sejak puluhan tahun lalu dan masih digukan (diakses) hingga saat sekarang seperti surat kabar, majalah, film, radio, televise dan internet sebagai media terbaru. (Morissan, 2013 : 479).

Pesan membutuhkan wadah sekaligus saluran agar dapat tersampaikan kepada penerima dan kesemua yang dibutuhkan oleh pesan terdapat pada media. McLuhan merupakan salah seorang ilmuwan di bidang

Analisis pemberitaan Infotainment Dalam Perspektif Jurnalis Tribun Timur

komunikasi yang dikenal dengan konsep *Global Village*, mengemukakan bahwa media merupakan pesan itu sendiri (William L. Rivers dkk, 2003 : 37). Media tidak hanya sebatas wadah dan saluran bagi pesan, tapi media adalah pesan itu sendiri, sehingga ketika kita melihat atau bahkan menggunakan media, terselip pesan dari jenis media yang pilih oleh pembaca (audiens).

Berbagai terobosan-terobosan dilakukan oleh manusia guna mencapai tujuan dari sifat alaminya dan terobosan tersebut telah berkembang dengan sangat pesat khususnya dibidang teknologi informasi dan komunikasi, tetapnya perkembangan media. Mulai media cetak hingga online, telah banyak dan mudah kita temukan dalam keseharian kita, bahkan ketika menjalani kehidupan bermasyarakat, manusia tidak terlepas dari media. Di era millennial, seperti saat sekarang ini, media informasi dan komunikasi telah berkembang dengan pesat, terutama media dengan menggunakan sistem internet. Dengan hadirnya teknologi informasi dan komunikasi terbaru dengan mengandalkan sistem jejaring internet, dikenal dengan istilah media online, membuat kehidupan manusia lebih mudah dalam mendapatkan informasi ataupun saling berinteraksi, jarang dan waktu bukanlah sebuah tantangan berarti, selama kita terhubung dengan internet.

Namun jauh sebelum media online hadir, kebutuhan masyarakat akan informasi dilayani oleh media massa, salah satunya media cetak (koran). Boleh dikata bahwa koran sebagai media massa tertua, sebelum ditemukannya radio, televisi dan film. Koran hadir dengan menyajikan informasi secara naratif, sarat akan hasil analisis dan sepenuhnya melalui proses panjang dalam ruang redaksi, namun koran hanya dominan pada kalangan orang tua ketimbang remaja dan usia di bawah remaja. Keterbatasan koran terdapat pada edisi terbitan, koran dalam penerbitan beritanya paling cepat disebut edisi harian. (Cangara, 2011 : 129).

Media cetak merupakan media tertua dan telah digunakan sebelum media massa seperti, radio, televisi dan film ditemukan. Sebagai media tertua, sudah selayaknya media cetak mendapatkan tempat dikalangan pembaca lebih dari sekedar media massa lain. Surat kabar (koran) merupakan awal dari hadirnya media cetak, pendapatan surat kabar tidak berbeda dengan pendapatan media lainnya yaitu berasal dari pengiklan (iklan), dapat dikatakan hanya 1/3 pendapatan surat kabar berasal dari hasil penjualan surat kabar itu sendiri, selebihnya 2/3 berasal dari iklan (Cangara, 2011).

Bagi masyarakat, koran merupakan jendela informasi terbatas pada edisi terbitan, sedang media online merupakan jendela dengan menggunakan sistem siap terbuka kapanpun diinginkan. Dengan demikian, idealnya, masyarakat akan mengantukan informasinya pada media online sembari menunggu koran terbit. Kebijakan seperti apa yang akan ditempuh oleh redaksi untuk menjawab tantangan masyarakat akan kebutuhan informasi, berdasarkan aspek percepatan informasi dan juga keakuratan informasi. Seding pengguna media cetak khususnya surat kabar, dari 45 penduduk Indonesia minimal ditemukan satu orang berlangganan surat kabar. (Cangara, 2011).

Surat kabar masih memiliki peran dan fungsi dalam dunia informasi, terlepas dari berbagai rintangan yang dihadapi surat kabar, terutama setelah berkembangnya teknologi dibidang serupa. Media online menjadi primadona bukan berarti telah berada di atas awan, berbagai kekurangan media online telah dapat kita temukan. Merubah kembali isi berita atau bahkan menghilangkan berita pada media online bukan suatu perkara sulit bagi pihak media. Kemudahan untuk melakukan perubahan ataupun menghilangkan berita pada media online, menjadi celah yang bisa dimanfaatkan oleh surat kabar, dikarenakan persoalan tersebut terjadi disebabkan tingkat keakuratan informasi terbilang lemah.

Berdasarkan kekurangan surat kabar yang terletak pada edisi terbitan sekaligus kalangan peminat dan media online dengan mengedepankan percepatan informasi, terkadang melupakan faktor penting dalam berita yaitu verifikasi dan keakuratan informasi. Maka penullis berencana melakukan penelitian dengan fokus kepada kebijakan redaksi dalam menyajikan atau memberitakan infotainment. Berita dan semua komponen-komponen pelengkap dalam berita, terproses dengan sejumlah rangkain panjang dalam ruang redaksi tiap-tiap media.

Jumlah pengguna internet di Indonesia sendiri, dari waktu ke waktu semakin bertambah, pada tahun 2018 kominfo pada acara Sosialisasi Pemilu Serentak 2019 dan Literasi Media (Yogyakarta 17/11/2018) melalui Dirjen Informasi dan Komunikasi Publik, Rosarita niken Widiasuti mengatakan bahwa “pengguna internet di Indonesia telah mencapai angka 54 persen dari total penduduk 265 juta jiwa” (tribunnews.com). Berdasarkan

Analisis pemberitaan Infotainment Dalam Perspektif Jurnalis Tribun Timur

dari jumlah presentase pengguna internet di Indonesia yang telah mencapai angka 54 persen, maka dapat diasumsikan bahwa peningkatan jumlah pengguna tersebut dikarekan tidak lain dari kemudahan komunikasi dan untuk mendapatkan informasi.

Di balik perkembangan media dengan sangat pesat, sudah seharusnya diikuti oleh kemampuan jurnalis dalam melakukan proses kerja mereka, sehingga para jurnalis mampu membedakan pesan (informasi) yang mereka liput hingga tayang pada sebuah media, khususnya media online. Jurnalis harus mengambil peran mereka pada perdebatan mengenai infotainment sebagai prodak jurnalistik atau bukan, maka pengetahuan jurnalis terhadap profesi mereka akan terlihat dan jurnalis tidak serta merta menganggap bahwa berita mengenai hiburan bukan semata merujuk pada informasi individu semata tanpa kepentingan ataupun tidak memberikan pencerahan secara kepentingan publik.

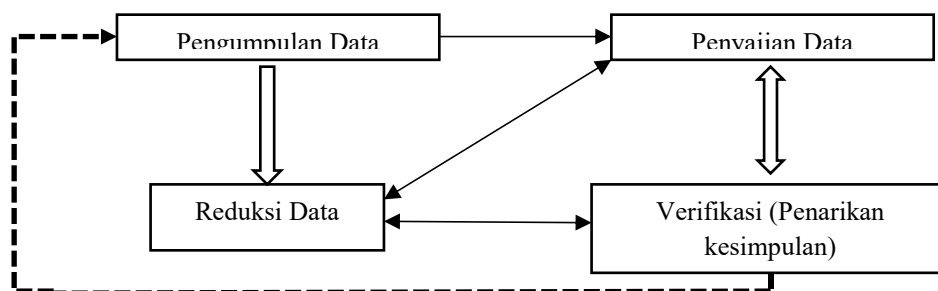
Infotainment berasal dari kata paduan antara *Information* (informasi) dengan *Entertainment* (hiburan). Sekilas ketika merujuk pada asal kata infotainment, hanya akan terlintas mengenai berita tentang hiburan atau berita yang menghibur. Namun di balik dari semua itu infotainment hadir sebagai berita dengan substansi lebih mendasar di mana ketika masyarakat mengalami kondisi jenuh dengan pemberitaan mengenai korupsi, kejahatan dan berita-berita dalam ketegori *Hardnews*. Dengan hadirnya infotainment sebagai berita berkategori *Softnews*, mampu menarik kembali perhatian khalayak agar tetap menantikan pesan (tayangan) selanjutnya dengan kategori berita lain.

Perkembangan infotainment mengalami kemajuan seiring kondisi tayangan pada media yang lebih banyak menyorot pada kasus-kasus dengan kategori berita *Hardnews*. Kebutuhan masyarakat akan infotainment juga mengalami peningkatan, sehingga tidak jarang berita dengan muatan infotainment berujung pada peradilan. Terlebih lagi jurnalis sudah selayaknya melihat informasi mengenai hiburan sebagai proses jurnalistik profesional sehingga (berita) informasi mengenai hiburan tidak melanggar kaidah-kaidah jurnalis dan tetap mengedepankan sikap skeptis seorang jurnalis.

Perdebatan mengenai infotainment pada kalangan akademisi akan sangat berbeda dengan realita masyarakat saat menyaksikan tayangan atau mengakses informasi dengan konten infotainment. Bagi masyarakat, sajian infotainment sangat mempengaruhi mereka sehingga membentuk pola pikir mereka terhadap kehidupan yang cenderung mengarah kepada kehidupan pribadi seseorang, sebagai contoh kehidupan seorang selebriti. Media sudah selayaknya mempertimbangkan diskusi-diskusi oleh para ahli-ahli di bidang komunikasi perihal perbedaan pandangan terhadap infotainment.

METODE PENELITIAN

Penelitian kali ini menggunakan pendekatan kualitatif deskriptif dengan metode pengumpulan data berdasarkan studi kepustakaan sebagai data sekunder dan pengumpulan data primer dengan cara observasi (pengamatan langsung), wawancara mendalam dari satu responden ke-responden berikutnya. Menggunakan teknik analisis data atau metode pengolahan data yakni dengan metode pengumpulan data, reduksi data, penyajian data dan pengambilan kesimpulan. Proses pengolahan data dengan menggunakan teknik analisis data yang dikemukakan oleh Miles dan Huberman dalam Gunawan (2013) sebagai metode penelitian kualitatif, dapat dilihat pada gambar di bawah.



Anlisis pemberitaan Infotainment Dalam Perspektif Jurnalis Tribun Timur

Gambar 2. Miles dan Huberman sumber analisis data.

Sumber : Gunawan (2013).

Adapun jumlah atau identitas informan dalam penelitian kali ini, dapat dilihat pada tabel informan dibawah.

No.	Jabatan / Posisi	Jumlah
1.	Majajer Liputan / Koordinator Liputan	1 Orang
2.	Jurnalis Tribun Timur	6 Orang
Total		7 Orang

Tabel 1. Informan.

HASIL DAN PEMBAHASAN

<p>Proses kerja jurnalis dalam kebijakan redaksi tribun timur.</p>	<ul style="list-style-type: none"> a. Secara umum tidak terdapat perbedaan peliputan berita antara infotainment dengan jenis berita lainnya. b. Isi atau bobot berita merupakan faktor dalam pemilihan berita antara Koran dengan online. c. Agenda publik menjadi pertimbangan serius dalam menentukan tayangan berita, baik pada Koran maupun online. d. Arahan dalam peliputan berita akan dilakukan bila itu menyangkut kentingan masyarakat umum dan tidak melanggar <i>self regulation</i> jurnalis. e. Verifikasi berita dengan jenis apapun, tidak boleh terabaikan dan harus mendapatkan perlakuan yang sama. f. <i>Self regulation</i> jurnalis umumnya merujuk pada kebijakan redaksi. g. Bentuk verifikasi menggunakan media berbasis jaringan internet, tidak selamanya menjadi penelusuran yang mudah.
---	---

	<ul style="list-style-type: none"> a. Infotainment merupakan satu jenis berita yang di dalamnya terdapat konfirmasi. b. Penggunaan kata “diduga” dalam infotainment, berarti masih memiliki tingkat verifikasi lemah. c. Gosip bukan berita sebelum diproses dan tayang pada sebuah media. d. Gosip akan menjadi karya jurnalis bila telah
--	--

Anlisis pemberitaan Infotainment Dalam Perspektif Jurnalis Tribun Timur

<p>Pemahaman Jurnalis Tribun Timur Mengenai Infotainment</p>	<p>melalui rangkain untuk menjadi layak berita.</p> <p>e. Berita dan khususnya infotainment harus hadri ditengah-tengah masyarakat sebagai jawaban atas kondisi yang terjadi.</p> <p>f. Untuk melihat informasi terkait infotainment pada sosial media, harus merujuk pada bentuk verifikasi akun-akuk dan memperhatikan akun-akun yang memiliki kaitan satu sama lain.</p> <p>g. Gosip bukan bagian dari infotainment sebelum diolah atau diproses dan memiliki verifikasi lengkap seperti jenis berita lainnya.</p> <p>h. Bentuk verifikasi menggunakan media berbasis jaringan internet, tidak selamanya menjadi penelusuran yang mudah.</p>
---	---

Berdasarkan pengamatan peneliti, secara teknis dan mekanisme peliputan berita dalam ruang redaksi tribun timur, lebih besarnya bergantung pada sistem media digital berbasis internet dan informasi tentang peristiwa atau kejadian dilapangan yang berhasil didapatkan oleh jurnalis di lapangan, kemudian masuk ke-dalam sistem komputer tribun tirmur untuk diproses sebelum terbit menjadi sebuah berita. Berdasarkan hasil pengamatan dan observasi, peneliti menyimpulkan bahwa model kerja dalam ruang redaksi tribun timur merupakan model kerja dengan mengikuti perkembangan media, demi tercapainya salah satu tujuan dari era digital berbasis internet yakni percepatan dalam penyampain dan juga penyebarluasan informasi, sisi terbaik tribun timur adalah tetap tidak meninggalkan media arus utama yang tribun timur miliki yaitu Koran.

Secara tidak langsung, keseluruhan informasi mengenai peristiwa atau kejadian, sebagian besarnya dicari dan ditelusuri hingga bentuk verifikasi mengenai inforamasi sebuah peristiwa dengan menggunakan media baru. Setelah keseluruhan informasi terkumpul kemudian dilakukan pemilihan berita untuk media cetak (Koran tribun timur) dan media online (Tribun-timur.com), pemelihan berita dilakukan dengan mempertimbangkan isi atau bobot berita itu sendiri. Langkah pemilihan berita tersebut bukan berarti memisahkan berita-berita antara media cetak dengan media online. Pemilihan berita dilakukan untuk memenuhi permintaan pembaca dimasing-masing media.

Pemilihan berita untuk media cetak tentunya harus memiliki kelengkapan data lebih baik, dengan demikian berita yang terbit pada Koran telah melauai pertimbangan berdasarkan isi atau bobot dari berita itu sendiri. Pertimbang pemilihan berita untuk Koran didasari akan usia dan juga profesi pembaca media cetak dengan didominasi oleh masyarakat pada usia-usia dewasa atau telah berusia produktif, khususnya jalan pemikiran dan dari segi profesi, dominan berada dalam tatanan masyarakat perkantoran, akademisi, pihak-pihak pemerintahan dan tentunya masyarakat dewasa pada umumnya. Memiliki perbandingan sedikit berbeda dengan pembaca media online dengan dominan dari segi usia berada pada tatanan pelajar, penggemar (khusus selebriti) dan adapun berdasarkan usia dewasa dengan profesi didominasi oleh ibu rumahtangga.

Jurnalis tribun timur secara umum harus mampu memiliki kemampuan menggunakan media baru sebagai wadah, saluran dan sarana dalam mencari, mengumpulkan hingga verifikasi sebuah informasi suatu peristiwa. Terdengar mudah, namun dalam proses kerjanya tidaklah demikian mudah, dikarenakan penemuan data-data dalam penelusurannya harus betul-betul dicek ke-asliannya sebab informasi tersebar bisa saja berasa dari oknum tidak bertanggung jawab. Tentunya kemampuan penelusuran informasi jurnalis dengan menggunakan media digital berbasis internet harus benar-benar memiliki kehati-hatian dan juga ketelitian disetiap penemuan informasi.

Pada hasil penelitian kali ini, dapat dikatakan bahwa salah satu hasil temuan yang bisa dikategorikan sebagai kunci terhadap permasalahan apakah gosip merupakan produk jurnalis dan bagian dari infotainment dan ketika berbicara mengenai gosip terkait jurnalis beserta infotainment, maka secara umum jurnalis tribun timur berpendapat bahwa gosip bukan berita ketika belum diolah, data-datanya belum dilengkapi dan belum ditayangkan (dipublish) melauai media apapun. Gosip akan menjadi sebuah berita layak tayang ketika telah memenuhi unsur-unsur seperi data-data yang telah terverifikasi. Ketika gosip telah mengalami proses liputan,

Analisis pemberitaan Infotainment Dalam Perspektif Jurnalis Tribun Timur

walaupun proses tersebut masih bersifat standar maka gosip tersebut akan hadir sebagai berita dengan muatan atau isi berita bersifat klarifikasi (jawaban) dari isu-isu terkait gosip tersebut.

Dalam pandangan jurnalis tribun timur terkait gosip, tentunya beragam. Akan tetapi pandangan jurnalis tribun timur secara tidak langsung tetap memandang gosip sebagai berita ketika telah melalui proses yang tidak berbeda dengan berita-berita lainnya. Dapat dikatakan bahwa ketika gosip telah tayang (terpublish) di media manapun berarti informasi terkait gosip tersebut tidak dapat lagi dikatakan atau disebut sebagai gosip, karena telah tersaji secara baik beserta sumber-sumber data sebagai rujukan. Sejatinya gosip merupakan sebuah isu, wacana, anggapan dan klaim sebelah pihak, tentunya masih butuh pembuktian oleh jurnalis melalui media, berdasarkan kaidah-kaidah jurnalisisme sebelum termuat menjadi berita.

Ketika dikalangan masyarakat umum merebak suatu pembicaraan bersifat gosip, jurnalis akan hadir untuk membuktikan apakah informasi yang menjadi pembicaraan masyarakat ramai betul-betul hanya sebatas isu. Pada dasarnya seorang atau kelompok jurnalis melakukan penelusuran guna membuktikan isu atau gosip dikalangan masyarakat dan telah menemukan hasilnya, baik isu tersebut ketika hanya sebatas gosip maupun sebuah realita, maka jurnalis secara tidak langsung akan menjawab keresahan masyarakat berdasarkan hasil penelusurannya melalui media dengan bentuk berita.

Hadirnya jurnalis untuk melakukan penelusuran guna membuktikan sebuah informasi yang masih dikatakan sebatas gosip, tidak terlepas dari salah satu tugas media yakni sebagai pemantau (*watchdog*). Fungsi pemantau (*watchdog*) bagi media tentunya dijalankan tidak lain oleh jurnalis dan *stakeholders* media khususnya bagian ruang redaksi. Pertanyaannya adalah apakah gosip termaksud produk (karya) jurnalis, jawaban dari pertanyaan tersebut adalah apabila gosip telah diproses dan telah layak tayang (terpublish) melalui media, maka informasi bersifat gosip sebagai indikator mendasar sehingga dilakukannya penelusuran, akan menjadi produk (karya) jurnalis.

Bilamana jurnalis atau media secara umum tidak dapat membedakan antara gosip dan infotainment maka persepsi yang hadir di media adalah gosip merupakan bagian dari infotainment. Sedangkan gosip masih sebatas informasi simpang siur dan masih perlu dibuktikan kebenarannya. Sebagai mana pada penjelasan sebelumnya, ketika hendak menjadikan gosip sebagai berita maka seharusnya melalui rangkain proses seperti berita-berita lain. Berbeda dengan infotainment, berdasarkan hasil wawancara, peneliti melihat bahwa infotainment memiliki cakupan informasi sangat luas disebabkan semua jenis berita dapat tersaji dalam bentuk infotainment.

Infotainment secara mendasar, merupakan jenis berita baru dengan memiliki cakupan cukup kompleks. Tentunya infotainment bukan sebatas jenis tayangan baru yang hanya mengemas hiburan sebagai pokok pemberitaan guna bertujuan agar dapat menghibur. Infotainment lebih sebatas hiburan, dengan kata lain infotainment hadir sebagai sudut pandang berbeda dari pemberitaan biasanya. Informasi termuat menjadi infotainment, merupakan informasi penting namun penyajiannya harus berada pada sudut pandang menghibur, sehingga tidak membuat pembaca merasa monoton saat membacanya atau pada saat menikmati tayangan berita. Bagi peneliti tayangan seperti CCTV dan REDAKSIANA merupakan salah satu bentuk penyajian berita jenis infotainment.

KESIMPULAN

Semua berita terproses dengan menggunakan media yang terhubung pada jaringan internet (online), baik dikumpulkan ataupun dikirim oleh jurnalis di-lapangan dan dilakukan penyaringan, berita-berita tertentu untuk tampil di Koran (media cetak). Dapat dikatakan bahwa tidak semua berita terpublish di tribuntimur.com kemudian tampil juga di Koran. Beberapa pertimbangan salah satunya muatan, luasnya cakupan media dan usia pembaca dari konten berita tersebut. Dalam hasil pembahasan, peneliti menemukan hasil penelitian terkait gosip bukan sebuah berita sebelum melalui proses panjang, memiliki data-data pendukung sebagai fakta dan mendapatkan bentuk verifikasi atau data-data telah terverifikasi. Tentunya ketika gosip harus menjadi sebuah berita maka harus betul-betul dibuktikan oleh jurnalis sendiri. Namun berbeda dengan infotainment yang memang telah menjadi produk jurnalis, disebabkan karena infotainment memiliki bagian-bagian luas bukan hanya semata hiburan tertentu.

Analisis pemberitaan Infotainment Dalam Perspektif Jurnalis Tribun Timur

REFERENSI

- Assegaff, H. Dja'far. 1985. *Jurnalistik Masa Kini*. Ghalia Indonesia : Jakarta.
- Asep Syamsul M. Romli. 2012. *Jurnalistik Online Panduan Praktis Mengelola Media Online*. Nuansa Cendikia: Bandung.
- Cangara, Hafied. 2016. *Pengantar Ilmu Komunikasi*, PT. Raja Grafindo Persada: Jakarta.
- Gunawan. Imam. 2013. *Metode Penelitian Kualitatif: Teori dan praktik*. Jakarta. Bumi Aksara.
- Ishwara, Luwi. 2005. *Catatan-Catatan Jurnalisme Dasar*. PT Kompas Media Nusantara. Palmerah Selatan: Jakarta.
- Kusumaningrat, Hikmat dan Kusumaningrat, Purnama. 2005. *Jurnalistik Teori dan Praktik*. Remaja Rosada Karya: Bandung.
- Mulyana, Deddy dan Solatun. 2007. *Ilmu Komunikasi : Suatu Pengantar*. PT Remaja Rosdakarya: Bandung.
- Morissan. 2013 *Teori Komunikasi Individu Hingga Massa*, Kencana: Jakarta.
- Rivers, William L., Peterson Theodore dan Jensen, Jay W. 2003. *Media Massa dan Masyarakat Modern*. Kencana, Rawamangun: Jakarta.
- Syahputra, Iswandi. 2006. *Jurnalistik Infotainment*. Pilar Media: Yogyakarta.
- Siti Mariyam. Vol.2 No 6. 2016. *Konstruksi Realitas Dalam Infotainment Silet*. Jurnal Komunikasi Aspikom.
- Irwan. Vol. 2, No 4 Oktober-Desember 2013. *Kebijakan Redaksional Harian Berita Kota Makassar Dalam Penyiaran Berita Kriminal Di Kota Makassar*. Jurnal Komunikasi Kareba. Universitas Hasaduddin.
- Muliadi Mau. 1993. *Kebijaksanaan Redaksi Berita Harian (NewsBuletin) TVRI – Stasiun Ujung Pandang*. Penelitian Studi Ilmu Komunikasi. Universitas Hasanuddin. Makassar.
- Anugrawati MS. 2016. Analisis Kebijakan Redaksional Harian Radar Sulbar Tentang Berita Pendidikan Dalam Mendukung Majene Sebagai Pusat Pendidikan Di Provinsi Sulawesi Barat. Tesis Ilmu Komunikasi. Universitas Hasanuddin. Makassar.

INTERNET

- <https://kbbi.kemdikbud.go.id>
- <https://www.oxfordlearnersdictionaries.com>