

**Strategi Penyajian Berita Bengkulu.Antaraneews.Com dalam Menarik
Minat Baca Generasi Muda**

Anugrah Sinaga , Gushevinalti , Sonde Martadereja
Universitas Bengkulu
anugrahsinaga2001@gmail.com, gushevinalti@unib.ac.id

ABSTRACT

The development of technology, information and communication (ICT) is in line with the current development of online media where online media now relies on social media such as news websites with the aim of attracting the younger generation. If you look at it, many young people are more interested in platforms such as Instagram, Facebook, Twitter and TikTok. For this reason, online media continues to compete with each other to create unique and interesting content to attract the reading interest of the younger generation. In this research, the author wants to know how Bengkulu.antaraneews.com's news presentation strategy is to attract the reading interest of the younger generation. In the current era of globalization, the younger generation is more dominant in opening online news than other media, however, the challenge is that the younger generation does not really like news in the form of text or the old method but prefers news in the form of videos, graphic designs and attractive infographics. In this case the author uses Make Ward's theory. Meanwhile, the research method used is qualitative research methods using interview and case study methods. The results of this research show how the news presentation strategy is carried out by Bengkulu.antaraneews.com to attract the reading interest of the younger generation by utilizing social media and using features in it, one of which is creating a poll feature on Instagram, live broadcasts, multimedia news and creating content according to readers' needs. In this research, the online media audience for Bengkulu.antaraneews.com is still dominated by the younger generation. The strategy implemented by Bengkulu.antaraneews.com to face competition is by continuing to use an inverted pyramid writing structure and prioritizing news accuracy.

Keywords: *editorial strategy, online media, social media, Bengkulu.antaraneews.com*

ABSTRAK

Perkembangan teknologi, informasi dan komunikasi (TIK) sejalan dengan perkembangan media online saat ini yang mana media online kini menggandalkan media sosial seperti layaknya website pemberitaannya dengan tujuan untuk menarik generasi muda. Jika dilihat banyak generasi muda lebih tertarik pada *platform* seperti Instagram, facebook, twitter dan tiktok. Sebab itu media *online* terus saling berlomba-lomba membuat konten yang unik dan menarik untuk menarik minat baca generasi muda. dalam penelitian kali ini penulis ingin mengetahui bagaimana strategi penyajian berita Bengkulu.antaraneews.com dalam menarik minat baca generasi muda. era *globalisasi* sekarang ini generasi muda lebih mendominasi membuka berita *online* dari pada media lainnya namun, tantangannya generasi muda tidak terlalu suka dengan berita berupa teks atau cara lama akan tetapi lebih menyukai berita berbentuk video, desain grafis dan infografis yang menarik. dalam hal ini penulis menggunakan teori Make Ward. Sedangkan untuk metode penelitiannya yang digunakan dengan metode penelitian kualitatif dengan menggunakan metode wawancara dan studi kasus. Untuk hasil penelitian ini menunjukkan bagaimana strategi penyajian berita yang dilakukan Bengkulu.antaraneews.com untuk menarik minat baca generasi muda dengan

memanfaatkan media sosial dan penggunaan fitur didalamnya salah satunya membuat fitur poling di instgram, siaran langsung, berita berbentuk multimedia serta membuat konten sesuai kebutuhan pembaca. pada penelitian kali ini bahwa penikmat media online Bengkulu.antaranews.com masih dikuasai oleh generasi muda. strategi yang diterapkan Bengkulu.antaranews.com untuk menghadapi persaingan dengan tetap menggunakan struktur penulisan piramida terbalik serta mengutamakan akurasi berita.

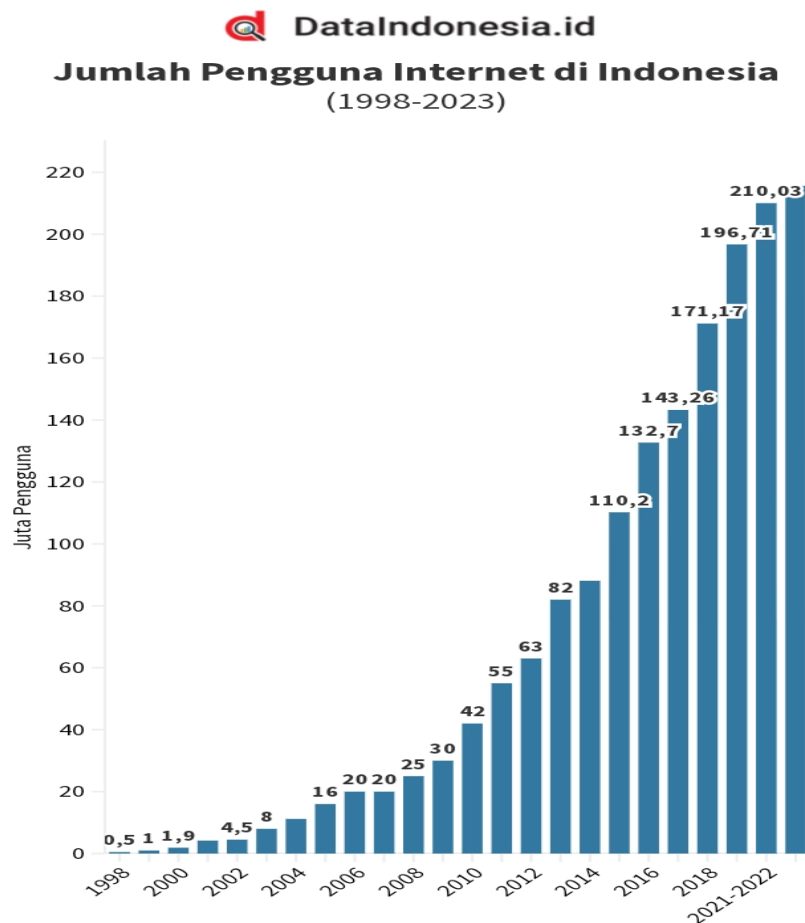
Kata kunci: strategi penyajian berita, media *online*, sosial media, Bengkulu.antaranews.com

PENDAHULUAN

Perkembangan media massa sekarang menghasilkan berbagai kemajuan di bidang informasi. Salah satunya yakni media *online* yang dimana masyarakat dapat dengan mudahnya mengakses berbagai macam pemberitaan diberbagai situs media massa hanya dengan sentuhan jari. perkembangan internet sendiri, memiliki peranan yang relatif cukup penting terhadap majunya media *online* saat ini. media massa dapat sebagai alat (*channel*) buat mengirim atau menyampaikan pesan (*message*) dari seorang komunikator atau penyalur pesan (*source*) kepada seorang komunikan atau penerima pesan (*receiver*) (Mustikasari et al.: 2022). di era *globalisasi* sekarang, media *online* bukan hanya bisa diakses melalui website namun juga sudah bisa dijumpai lewat media sosial sehingga pemakaian internet cukup sangat populer untuk mencari berita dan informasi (Widyawati & Rusdi: 2023). disamping itu media *online* mulai diminati ketimbang media lainnya seperti koran, radio dan televisi dalam hal menemukan berita serta informasi terutama bagi generasi muda karena dinilai lebih cepat, praktis, dan murah. disisi lain manusia sendiri sangat memerlukan informasi untuk memenuhi keinginan kognitifnya (Suseno & Rusdi: 2019).

Melalui Undang Undang Republik Indonesia No 40 tahun 2009 kategori pemuda mereka yang berusia 16-30 tahun (Febrianti: 2023). generasi muda sekarang tidak menyukai konten berupa bacaan dalam berita namun mereka menyukai berita disajikan dalam bentuk foto, grafis, teks, dan video. disamping itu sendiri generasi muda menganggap bahwa teknologi sebagian besar kehidupannya (Widyawati & Rusdi: 2023). sedangkan menurut Katie Davis (2014) generasi muda lebih tertarik pada jejaring media sosial, pengirim pesan instant hingga pada blog serta vlog tujuannya buat mencoba berbagai indentitas yang mungkin sedikit mirip indentitas *offline* mereka (Febrianti: 2023).

Dari tahun ke tahun, perkembangan orang Indonesia yang menggunakan internet semakin bertambah. melalui data dihimpun Asosiasi Penyelenggaraan Jasa Internet Indonesia (APJII) bahwa akan muncul pemakaian internet sekitar 215,63 juta orang pada periode 2022-2023 atau angka tersebut meningkat 2,67 persen. Sedangkan jika dibandingkan pada periode lalu sebesar 210,03 juta penonton atau sekitar 78,19 persen orang Indonesia yang memiliki akses internet, dari total jumlah penduduk Indonesia sebesar 275,77 juta jiwa.



Gambar 1. Jumlah Pengguna internet di Indonesia

(Sumber: APJII, 21 November 2023)

Berdasarkan data diatas membuktikan bahwa di era keterbukaan sekarang, lebih mudah untuk mendapatkan informasi dimana saja dan kapan pun kita mau asalkan terkoneksi internet. dengan semakin bertambahnya pengguna internet di Indonesia membuat peluang perkembangan media *online* di Indonesia semakin terbuka lebar. seiring perkembangan internet ternyata membawa pengaruh positif terhadap perkembangan industri jurnalistik (Saftri: 2021). munculnya media daring tentu memberikan efisiensi dari sisi kecepatan dan biaya dikeluarkan tidak terlalu banyak. Jika dilihat media Massa sekarang sudah mulai beragam sesuai keinginan pembaca misalnya Koran berbasis *online*, televisi menggunakan internet, radio live streaming dan lainnya. seiring dengan perkembangan teknologi mau tidak mau, media *online* juga harus mampu bersaing dengan media *online* lain untuk menarik minat para pembaca serta menjadi media yang terbaik di mata khalayak. oleh karena itu pentingnya strategi penyajian berita untuk pendekatan secara holistik yang berhubungan dengan pelaksanaan gagasan, perencanaan serta dieksekusi dalam kurun waktu tertentu (Amelia: 2020). dengan hadirnya media *online*, masyarakat opsi yang banyak untuk melihat surat kabar maupun majalah melalui situs-situs web pada bentuk digital (Nadin et al.: 2019).

Pada era keterbukaan informasi sekarang, media *online* makin gencarnya

membuat konten yang dibutuhkan dan disukai pembaca sehingga dengan membuat berita yang beragam dan dapat menarik minat baca publik. media *online* sekarang sering dianggap sebagai media yang praktis dan fleksibel akan tetapi, berita yang dimuat pada media *online* tidak selamanya akurat dan tepat terkadang karena lebih mengutamakan kecepatan berita, ketimbang kredibilitas berita sehingga terkadang melupakan prinsip jurnalistik (Saftri: 2021).

Media *online* atau cyberjurnalis sebagai penyampaian berita atau peristiwa yang dibuat serta dipublikasikan melalui media internet (Syamsul, Jurnalistik Online, 2018). salah satunya contohnya media *online* yang tidak melupakan keakuratan berita serta kualitas pemberitannya yaitu LKBN (Lembaga Kantor Berita Nasional) PERUM (Perusahaan Umum) Antara yang terikat dengan kinerja perusahaan umum pada bidang pers. berdasarkan putusan pemerintah yang disahkan pada 18 juli 2007, yakni melalui melalui putusan no 40 tahun 2007 tentang LKBN Antara wajib melaksanakan panduan pelaksanaan *Public service Obligation* (PSO) di bidang pers (Mutiara Hatika: 2018). sebagai media yang dibawah naungan BUMN Antara wajib mengedepankan keakuratan, cepat, dan terpercaya yang sebagai slogan dalam penyajian berita dan informasinya (Alfasri: 2022).

LKBN Antara memiliki visinya sebagai Kantor berita berkelas dunia melalui berbagai jasa produk *multimedia*. salah satu anak medianya yakni Bengkulu.antaraneews.com memiliki karakteristik yang menyuguhkan berita singkat dan tidak berbelit- belit dan langsung ke inti beritanya sehingga, saat pembaca membuka halaman pertama pembaca langsung paham isi berita (Antara, 2020). media Bengkulu.antaraneews.com harus mampu memajukan jurnalisme baik skala nasional maupun daerah melalui kinerjanya, seperti yang sudah diterangkan Kementerian Komunikasi dan Informatika (KOMINFO) mengarahkan perusahaan umum (Perum) punya negara bidang pers bertanggung jawab dalam mengajarkan, mencerdaskan serta memberdayakan kehidupan berbangsa dan bernegara (Sunaryo: 2016).



Gambar 2. Logo Bengkulu.antaraneews.com
(Sumber : antaraBengkulu.com, 25 November 2023)

Selain itu, LKBN Antara sendiri menghadirkan produk dan layanan informasi

seperti berita teks, pengiriman foto, video, siaran pers, media monitoring, layanan berita untuk pengemasan dan personalisasi produk dan komunikasi pemasaran. Selain itu, LKBN Antara juga menyiapkan paket pelatihan jurnalistik dan komunikasi melalui Lembaga Pendidikan Jurnalistik Antara (LPJA) (Antara: 2020). Jika melihat berdasarkan pantauan peneliti bahwa ternyata kalangan muda bahkan orang tua belum banyak mengetahui atau mengenal situs Bengkulu.antaranews.com, hal itu disebabkan kurang promosi dan pengenalan dari pihak Bengkulu.antaranews.com ke kalangan muda. kemudian generasi muda lebih tertarik berita di media sosial ketimbang media daring karena media sosial sendiri memiliki daya tarik serta lebih menarik, mudah ditemukan, dan praktis. Selain itu, generasi muda menganggap dengan adanya media sosial buat apa mengakses berita website yang mana beritanya sama saja ditampilkan di portal berita. dengan adanya peralihan ini berpengaruh pada segi publikasi di media seperti koran, televisi, dan radio yang bukan menjadi alternatif bagi kaum muda untuk menemukan informasi (Suseno & Rusdi: 2019).

Berdasarkan pantauan peneliti Bengkulu.antaranews.com sendiri juga menghadirkan berbagai kanal seperti pariwisata, Advetorial, Bengkulu terkini, olahraga, dan warta bumi dan lainnya. tujuannya untuk memberikan kenyamanan pembaca untuk mengakses berbagai konten berita yang mereka cari sesuai kebutuhannya. Bengkulu.antaranews.com sendiri mengikuti standar pemberitaan produk jurnalistik yakni berita (*news*), Komentar (*views*), iklan (*advertisement*), keuntungan (*comersil*), dan publisitas (*Publicity*) (Mutiara Hatika: 2018).

Untuk segi penulisan Bengkulu.antaranews.com mengikuti sturuktur penulisan dan bahasa di LKBN Antara sendiri yakni mengikuti sistem kinerja perusahaan umum di bidang pers. Selain itu pula LKBN Antara harus melakukan pelayanan umum atau *Public service Obligation* (PSO) yang mencakup peliputan kenegaraan dan kegiatan nasional (mutiara: 2023). Bengkulu.antaranews.com dalam pemberitaanya atau informasi menyesuaikan dengan klasifikasi berita. klasifikasi berita dibagi menjadi dua kategori yaitu *hard news* dan *soft new* (Mutiara Hatika: 2018). Selain itu pula LKBN Antara berperan sebagai media pemasok berita ke berbagai media Massa lainnya misalnya mereka menyediakan situs langganan berita Antara, Antara Foto dan lainnya. Selain itu pula Antara sendiri sudah memiliki sekitar 280 pelanggan serta, tidak lupa menjalankan amanah melayani publik dari pemerintah (Alfasri: 2022).

Media *online* bisa dikatakan media buat generasi muda untuk mendapatkan dan informasi walaupun terkadang masih ada orang tua yang mengaksesnya. media daring sendiri sudah menjadi pilihan nomor satu bagi kalangan muda untuk menemukan berita dan informasinya. Akan tetapi bukan berarti setiap perusahaan media *online* berhenti untuk mencari jalan dan strategi tersendiri untuk menarik sebanyak-banyaknya pembaca (Suseno & Rusdi: 2019). pada proses pengelolaan konten berita Antara tetap menggunakan prinsip 5W + 1H *what, who, where, when, why dan how*. dalam pembuatan konten berita mereka sehingga, kebutuhan pembaca terpenuhi serta memberi nilai tambah dari konten berita yang dihasilkan misalnya keakuratan, dan tingkat validasi berita (mutiara: 2023).

Beberapa peneliti terdahulu yang diambil sebagai referensi untuk membahas strategi media massa dalam menarik minat baca. Pada penelitian yang diteliti oleh (Putra et al.: 2021). berfokus tentang bagaimana strategi komunikasinya dalam menarik minat para pembaca dengan menggunakan metode teori pencari, agar para pembaca lebih mudah dalam mengakses berita diinginkan sehingga menumbuhkan minat baca para pembaca media khususnya media *online*. kemudian dari media *online* memberikan stimuli atau ransangan pada pemberitaan yang menarik serta mencoba mengemas informasi semenarik mungkin dan bersifat penasaran. kemudian media *online* Oku Eksspres harus menghasilkan pengaruh bagi pembacannya, yakni lewat desain iklan yang mengajak serta menarik minat baca dan terakhir melakukan evaluasi yang terencana. kemudian studi penelitian (Widyawati & Rusdi: 2023) tentang strategi redaksi media Kompas.com dalam menarik minat generasi milenial dimuat tentang strategi yang dilakukan Kompas.com untuk meningkatkan minat generasi milenial, mereka menggunakan strategi kesesuaian dimana pihak Kompas.com menyesuaikan jadwal pemberitaan, tema berita serta menyajikan berita sesuai dengan kebutuhan pembaca. setelah itu ada lagi strategi lainnya yakni strategi pembentukan kebiasaan yang artinya mengurutkan kanal secara berurutan dan sesuai jeda waktu, contohnya ada kanal nasional, *food*, megapolitan dan lain sebagainya. ada pula konten bagi generasi milenial yakni kanal VIK artinya *longform journalism* yang dimana mengadakan pembahasan interaktif dan multimedia. dan terakhir ada strategi penarikan massa penyampaian berita lewat media website, media sosial, youtube, facebook, twitter dan tiktok yang mana digunakan sebagai tempat dalam menemukan informasi terbaru berupa teks, foto, infografis hingga video. Selain itu Kompas.com juga mengadakan kuis berhadia dan juga live di platform media sosial sebagai media penarik minat para generasi milenial.

Berdasarkan pendahuluan diatas, rumusan masalahnya: mengenai bagaimana strategi penyajian berita Bengkulu.antaranews.com dalam menarik minat baca kalangan muda.

METODE PENELITIAN

Pada penelitian kali ini menggunakan deskriptif kualitatif tujuannya untuk mengumpulkan berbagai informasi tentang apa yang terjadi. Menurut Kirk & Miller (1986:9) penelitian kualitatif adalah suatu tradisi tertentu dengan ilmu pengetahuan sosial secara fundamental tergantung dengan pengamatan manusia baik dalam kawasan atau peristilahannya (Anggito: 2018).

Penelitian ini menggunakan teknik penemuan informan sendiri, yang dimana peneliti menggunakan *purposive sampling* dan *snowball* artinya pengambilan sampel berdasarkan sumber data dengan pertimbangan tertentu (Sutopo: 2009). pada penelitian kualitatif studi kasus adalah jenis studi yang melibatkan investigasi kasus dan dapat menjawab berbagai isu atau objek akan fenomena secara mendalam (Fitrah&Luthfiyah: 2017).

Penulis menggunakan metode studi kasus yang artinya, penulis ingin mengetahui bagaimana rencana dan strategi penyajian berita yang dibuat

Bengkulu.antaranews.com dalam menarik minat baca generasi muda agar tertarik, untuk membuka website berita Bengkulu.antaranews.com jika dibandingkan dengan media lainnya. kemudian untuk Sumber data primernya dari informan kuncinya Anom Prihantoro sebagai kepala biro Bengkulu.antaranews.com dia dipilih sebagai sebagai *key informan* karena lebih mengetahui dan menentukan arah gerak Bengkulu.antaranews.com kedepannya. untuk informan selanjutnya yakni Mustriadi sebagai staff teknik Bengkulu.antaranews.com karena dianggap berhubungan langsung dengan website berita dan media sosial oleh sebab itu dua informan ini terlibat dalam perencanaannya dan pengelolaan website dan media sosial Bengkulu.antaranews.com. Untuk informan ketiga yakni pembaca portal Bengkulu.antaranews.com dan selanjutnya melakukan kegiatan observasi dengan melakukan pengamatan ke media sosial dan website Bengkulu.antaranews.com.

Selanjutnya untuk proses analisa data, peneliti menggunakan proses reduksi data, penyajian data, serta mengambil kesimpulan. Kemudian untuk pengumpulan data peneliti menggunakan triangulasi sumber. untuk fokus penelitian ini strategi penyajian berita dan objeknya strategi penyajian berita Bengkulu.antaranews.com dalam menarik minat baca generasi muda.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Dalam mengumpulkan data dan riset mengenai penelitian ini, penulis telah melakukan wawancara melalui *voice note* pada 27 November 2023. Sebagai media pemerintah Bengkulu.antaranews.com tidak lupa untuk mengikuti perkembangan konten berita saat ini demi memenuhi kebutuhannya pembacanya sehingga dapat menarik minat baca para pembaca serta pemasang iklan. Bengkulu.antaranews.com sendiri selalu mengedepankan prinsip jurnalistik dalam setiap konten pemberitaan mereka seperti menghasilkan berita berkualitas, akurat, cepat dan tepat bagi pembacanya.

Sebagai media sudah memasuki umur 86 tahun, Antara sendiri memiliki ciri khas atau struktur penulisan pemberitannya berbeda dengan lainnya yakni, “piramida terbalik” sehingga pembaca tidak perlu membaca secara berulang-ulang sudah mengerti inti berita hanya dengan membaca judulnya atau leadnya. Memang persaingan antara media *online* dalam merebut hati pembaca terutama generasi muda saat ini merupakan hal yang sulit, melihat banyak penggunaan internet membuat segala sesuatu harus tergantung pada internet. Bengkulu.antaranews.com sebagai media kredibel yang menghasilkan konten berita yang berkualitas kepada pembaca bukan hanya dapat informasi namun juga mendapatkan pengetahuan lebih setelah membaca konten pemberitannya.

Berdasarkan wawancara dilakukan penulis kepada narasumber Anom Prihantoro sebagai kepala biro Bengkulu.antaranews.com strategi yang dilakukan Bengkulu.antaranews.com dalam menarik minat baca yaitu dengan membuat konten berita yang diminati generasi muda.

“Membuat konten sesuai kebutuhan anak muda seperti film, hiburan, olahraga dan hal berkaitan atau berhubungan dengan generasi muda serta, didit sesuai dengan gaya anak muda dan melakukan riset isu mengenai apa yang disukai generasi

muda” (wawancara Anom Prihantoro kepala biro Bengkulu.antaranews.com pada 21 november 2023)

Kemudian, Bengkulu.antaranews.com sendiri juga menyajikan berita seperti pariwisata disana menghadirkan konten berita tentang seni budaya dan kuliner sehingga dapat menarik minat baca generasi muda.

“Untuk Bengkulu.antaranews.com selain menghadirkan berita regional atau sekitar Bengkulu yang bersifat penting Bengkulu.antaranews.com juga menghadirkan konten berita yang berada sekitar lingkungan masyarakat seperti kuliner, seni budaya hingga konten pariwisata. Untuk kanal pariwisata sendiri menghadirkan berita menarik dan unik bukan hanya berbentuk tulisan, foto namun juga menghadirkan video yang memanjakan mata pembaca sehingga menarik minat baca generasi muda. (Wawancara dengan Mustriadi staff teknik Bengkulu.antaranews.com).

Untuk media online Bengkulu.antaranews.com sendiri memiliki strategi untuk membuat media berita mereka menjadi pilihan generasi muda yang dimana menerapkan struktur penulisan piramida terbalik dan memasukkan unsur 5W+1H dalam konten beritanya.

Kemudian menurut salah satu pembaca dan pengamat dari media online Bengkulu.antaranews.com mengungkapkan bahwa portal berita Bengkulu.antaranews.com dapat dikategorikan media online *terupdate* serta media tersebut terpercaya dan kredibel.

“Saya merupakan pembaca portal Bengkulu.antaranews.com akan tetapi tidak terlalu sering dan signifikan, akan tetapi kalau ga salah media Bengkulu.antaranews.com pernah menyajikan berita unuk generasi muda yang update yakni beita yang lagi viral media sosial tentang coldplay. Kemudian untuk pemberitaan mereka selalu senantiasa menerapkan kode etik jurnalistik”. Abdul

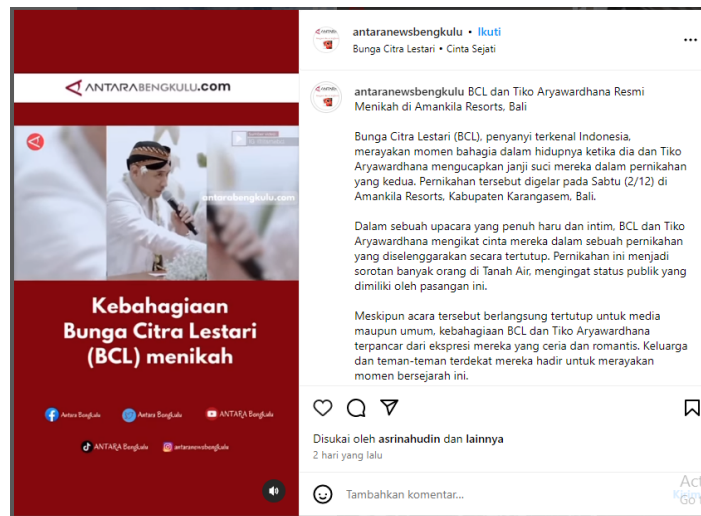
Teori yang terkenal di media online yakni teori Mike Ward (Romli: 2018) dia menjelaskan tentang karakteristik media online:

Multimedia

Bisa dikatakan bahwa generasi muda adalah generasi yang sangat tanggap tentang perkembangan teknologi saat ini sehingga pemberitaan disajikan harus menarik. bagi generasi muda lebih menyukai berita yang bukan hanya teks akan tetapi juga berbentuk gambar, video, audio, grafis dan singkat.

Generasi ini juga dapat dikatakan sebagai generasi yang tidak suka membaca dengan Cara lama atau konvensional. Membaca konvensional seperti Koran, majalah, buku dan sebagainya. sebab itu pentingnya perubahan dalam bentuk *multimedia* dalam menyampaikan berita kepada pembaca sehingga pembaca merasa puas dengan berita yang disajikan.

Pada portal berita Bengkulu.antaranews.com sendiri menghadirkan berita berbentuk *Multimedia* yaitu dengan muncul berita hiburan yang berbentuk video singkat tentang pemberitaan tersebut yang isinya, perpaduan video secara langsung serta ditambah dengan teks berita yang menjelaskan isi pemberitaan itu secara *multimedia*.



Gambar 3. Publikasi berita entertainment

Sumber: Instagram Bengkulu.antaranews.com, 03 Desember 2023

Relationship with Reader

Dalam hal ini media online Bengkulu.antaranews.com melakukan hubungan dengan pembacanya dengan memberikan ruang kepada generasi muda untuk memilih serta menyampaikan komentarnya. Generasi muda juga tergolong kritis, keinginan tahu yang tinggi dan peka terhadap peristiwa yang sedang hangat terjadi namun menginginkan semua hal dengan singkat. Kemudian generasi muda suka *User Generated Content* dibandingkan informasi yang searah. Maksudnya generasi muda cenderung lebih kritis dan berdiskusi (Suseno & Rusdi: 2019).

Jadi jika dilihat dari website berita Bengkulu.antaranews.com sendiri, mereka menggunakan media baru dalam menyampaikan berita melalui website, Instagram, facebook, twitter serta Bengkulu.antaranews.com sendiri sudah menggunakan akun tiktok untuk berkomunikasi generasi muda. Bengkulu.antaranews.com sendiri sering melakukan fitur poling di akun media sosial Instagram untuk memberikan reaksi pembaca mengenai pemberitaan sedang diliput.

Perlu diketahui bahwa generasi muda adalah tergolong paling fanatik dengan penggunaan media sosial sebab itu, Bengkulu.antaranews.com harus membuat konten berita menarik dan unik dan tidak lupa menyajikannya lewat media sosial mereka. jika melihat dari sikap generasi muda yang tanggap dalam setiap isu yang beredar di lingkungan mereka sehingga terkadang mereka berkomentar dan membuka ruang diskusi sendiri kepada sesama pembaca.



Gambar 4. publikasi pemberitaan Olahraga

Sumber: Instagram Bengkulu.antaranews.com, 30 November 2023

Kemudian, Bengkulu.antaranews.com sering melakukan tayangan live mengenai suatu kejadian yang dianggap cukup penting untuk disiarkan secara langsung walaupun durasi cukup singkat di IG *story* Instagram dan lain sebagainya. tentunya dengan adanya tayangan tersebut harapannya dapat menarik minat baca generasi muda. selain itu peristiwa yang ditayangkan tergolong cukup penting diketahui sehingga dapat menjadi daya tarik generasi muda untuk melihat tayang itu.

Berapa bulan kebelakang Bengkulu.antaranews.com pernah melakukan perlombaan kepada kalangan muda. adapun perlombaannya meliputi perlombaan *fotografi*, artikel, karya tulis ilmiah dan lainnya. dengan tujuan adanya acara tersebut tentunya dapat menarik minat baca generasi muda untuk membuka website Bengkulu.antaranews.com serta sebagai sarana promosi ke masyarakat.

KESIMPULAN

Melalui pembahasan mengenai strategi penyajian berita yang dibuat Bengkulu.antaranews.com untuk menarik minat baca generasi muda dengan menggunakan media sosial melalui platform Instagram, tiktok, facebook dan sebagainya. Selain itu, mereka juga membuat kanal berita yang diminati generasi muda yakni kanal olahraga, pariwisata dan edisi khusus. Pada penggunaan media sosial Instagram, Facebook, twitter dan tiktook Bengkulu.antaranews.com memunculkan konten yang menarik minat baca generasi muda salah satunya seperti dengan sesekali melakukan tayangan langsung mengenai peristiwa yang sedang terjadi. Selain itu Bengkulu.antaranews.com melakukan poling di akun Instagram untuk melihat reaksi pembaca mengenai berita yang dibahas serta menyajikan berita

dalam bentuk multimedia. disisi lainnya Bengkulu.antaranews.com pernah melakukan perlombaan *fotographi* dan lainnya dengan harapan sebagai sarana promosi untuk menarik minat pembaca generasi muda. disamping itu media Bengkulu.antaranews.com memiliki fitur cek fakta yang bekerja sama dengan Google sehingga dapat menangkal berita hoax sehingga memberikan kenyamanan bagi pembaca berita.

DAFTAR PUSTAKA

- Albi Anggito, J. S. (2018), " *Metodologi Penelitian Kualitatif*". Kab sukabumi, jawa barat : 7-12
- Alfasri, S. (2022), *Peran Perusahaan Umum (Perum) Lembaga Kantor Berita Nasional (LKBN) Riau Antaranews.com Sebagai Lembaga Pemerintah dan Informasi Publik*. 4889, 35.
- Amelia, P. (2020), Strategi Manajemen Radio Rri- Pro 2 Dalam Meningkatkan Minat Dengar Masyarakat Kecamatan Medan Denai Di Kota Medan. *Jurnal Network Media*, 53(9), 1689–1699. file:///C:/Users/acer/Downloads/bab 1 buku manajemen strategik.pdf
- Antara, P. L. (2020), *Laporan Tahunan LKBN Antara tahun 2020*
- Arumsari, N. R. (2017), Penerapan Planning, Organizing, Actuating, dan Controlling di UPTD Dikpora Kecamatan Jepara. *Jurnal Ekonomi Bisnis Kontemporer*, 3(2), 90–104.
- Mustikasari, R., Zakiah, K., & Rantona, S. (2022), Strategi Manajemen Komunikasi Media Online Cerdik Indonesia Dalam Mengatasi Persaingan Antarmedia Online. *Jurnal Common*, 5(2), 192–200. <https://doi.org/10.34010/common.v5i2.6359>
- Mutiara Hatika. (2018), *STRATEGI PEMBERITAAN (LKBN) ANTARA BIRO RIAU DALAM MENGHADAPI PERSAINGAN DENGAN MEDIA ONLINE*. 100. [PDF] universitaspahlawan.ac.id%0A
- Nadin, A. M., Ikhtiono, G., Sholeh Iskandar, B. J., Badak, K., Sereal, T., Bogor, K., & Barat, J. (2019). Manajemen Media Massa Menghadapi Persaingan Media Online. *Journal of Communication Science and Islamic Da'wah*, 3(1), 76–87.
- Putra, S. O. D., Djakfar, Y., & MS, D. (2021), Strategi Komunikasi Harian Umum Oku Ekspres Dalam Meningkatkan Minat Baca Pada Media Online Www.Okes.Co.Id. *Jurnal Komunikasi Dan Budaya*, 1(2), 117–128. <https://doi.org/10.54895/jkb.v1i2.750>
- Romli, A. S. (2018), *Jurnalitik Online : Panduan Mengelolah Media Online*. Bandung : Nusa Cendekia. Retrieved from : https://www.google.co.id/books/edition/Jurnalistik_Online/Df7_DwAAQBAJ?hl=id&gbpv=1&dq=jurnalistik+online&printsec=frontcover
- Suseno, A., & Rusdi, F. (2019), Strategi Penyajian Berita Brilio.net (Studi Kasus:

Media Online Menjangkau Generasi Milenial). *Koneksi*, 3(1), 182.
<https://doi.org/10.24912/kn.v3i1.6202>

&chori, s. (2019). penelitian kualitatif . *Jurnal komunikasi* .

Albi Anggito, J. S. (2018), " *Metodologi Penelitian Kualitatif*". Kab sukabumi, jawa barat : 7-12.

Alfasari, S. (2021), Peran Perusahaan Umum (PERUM) lembaga kantor berita nasional (LKBN) Riau Antaranews.com sebagai lembaga pemerintah dan informasi publik . 4.

Anggito, A. (2018), *Metodologi penelitian Kualitatif*.

BPS. (2022), indonesia : badan pusat statistik.

BPS. (2022), indonesia: Badan pusat statistik .

Bungin, D. B. (2012), *Analisis Data Penelitian Kualitatif* . jakarta : perpustakaan nasional .

Chori, S. &. (2019), metode penelitian kualitatif . *jurnal ilmu komunikasi* , 50.

Dr.j. r Ranco, M. (2010). *metofe penelitian kualitatif jenis, karakteristik dan keunggulannya*. 20.

Febrianti, D. S. (2023), *anak muda, Youtube dan digital labour* . indonesia : google book .

febrianti, S. N. (2023).

Fitrah&Luthfiah. (2017), *Metodologi Penelitian: Penelitian Kualitatif, Tindakan Kelas & Studi Kasus*. jawa barat: CV Jejak.

Maleong. (2016), Metode Penelitian Kualitatif .

Maleong. (2017). 6.

Maleong, L. J. (2015), *Metodologi Penelitian Kualitatif*. Bandung: PT Remaja Rosdakarya.

Mutiara, D. F. (2023), *Digital Library*.

mutiara, D. F. (2023), strategi manajemen redaksi dalam meningkatkan kualitas pemebritaan di media online (Studi kasus LKBN antara biro jabar).

Pahlevi, R. (2022), hasil survei KIC . *data books* , 1.

Pahlevi, R. (2022), Survei Lembaga Katadata Insight Center, hal. 1.

Ranco. (2010), *Metode Penelitian Kualitatif*. 20.

Romli, A. S. (2018). *Jurnalitik Online : Panduan Mengelola Media Online*. Bandung : Nusa Cendekia.

Saftri, I. s. (2021). Strategi manajemen pemberitaan harian Bengkulu Ekspres Dalam Menghadapi persaingan dengan media online . *Skripsi* , 20-28.

statistik, b. P. (2022). Indonesia.

- Sugiyono. (2012), Dalam *Metode penelitian kuantitatif, kualitatif dan R & D Bandung Alfabeta* (hal. 55). google book .
- Sunaryo, D. (2016), Panduan pelaksanaan Kewajiban Pelayanan Publik/ Public service obligation (PSO). *Perum LKBN Antara* , 3.
- Syamsul, A. M. (2012), *Jurnalistik Online*. PT. Nuansa Cendekia Bandung: : 30.
- Syamsul, A. M. (2018), *Jurnalistik Online*. PT. Nuansa Cendekia Bandung: : 30.
- Sutopo. (2009), Metode Penelitian. *Acta Universitatis Agriculturae et Silviculturae Mendelianae Brunensis*, 53(9), 1689–1699.
- Widyawati, W., & Rusdi, F. (2023), Strategi Redaksi Media Kompas.com dalam Menarik Minat Generasi Milenial. *Koneksi*, 7(1), 28–34. <https://doi.org/10.24912/kn.v7i1.15978>