

BAB II

TINAJUAN TEORI

A. Tinjauan Pustaka

Untuk membantu penulis dalam penelitian ini peneliti memiliki referensi hasil penelitian berupa skripsi untuk mendukung penelitian ini dan membantu megembangkan penelitian terdahulu. Adapun skripsi yang yang berhubungan ialah sebagai berikut:

1. Penelitian yang berjudul “ Strategi Pembuatan Berita Pada Media Online *www.kabarsumatera.com* “ yang diteliti oleh Muhammad Ikhsan mahasiswa program studi Komisi Penyiaran Islam Fakultas Dakwah dan Komunikasi Universitas Islam Negeri Raden Fatah Palembang pada tahun 2016. Hasil penelitian ini adalah strategi pembuatan berita *kabarsumatera.com* adalah tulisan yang memuat unsur, singkat, kemampuan beradaptasi, mudah dicari, interaktivitas, komunitas dan percakapan, dan mudah dibaca, serta bermanfaat. ¹ Perbedaan penelitian yang dilakukan oleh Muhammad Ikhsan bisa dilihat dari strategi pembuatan berita sedangkan penulis strategi dalam menghadapi persaingan produk pemberitaan dan objeknya bagaimana bisa bersaing dengan media mainstream. Sedangkan persamaannya terletak pada fokus pemberitaan.
2. Penelitian yang berjudul “ Strategi Pemberitaan *Jambiupdate.co* Dalam Menghadapi Persaingan (Studi di *jambiupdate.co*)” oleh Yuda Arlita Putra mahasiswa program studi Komunikasi Penyiaran Islam Konsentrasi Ilmu Jurnalistik Fakultas Dakwah Universitas Islam Negeri Sulthan Thaha Saifudin Jambi. Penelitian ini menghasilkan kesimpulan

¹Muhammad Ikhsan, *Strategi pembuatan Berita Pada Media Online www.kabarsumatera.com*. (Palembang: Skripsi Sarjana Jurnalistik UIN Raden Fatah Palembang 2016)

bahwa strategi pemberitaan dalam menghadapi media online ialah dengan bersikap profesional, memberikan pelatihan-pelatihan jurnalistik terhadap wartawan, serta memberikan informasi yang aktual dan sesuai kepada masyarakat.² Penelitian ini berbeda dengan penelitian yang dilakukan oleh Yuda Arlita Putra bisa dilihat dari judul yakni “Strategi Pemberitaan Dalam Menghadapi Persaingan(Studi di *jambiupdate.co*)” maka penulis judul penelitian ini dengan “Strategi LPM Ukhuwah UIN Raden Fatah Palembang Dalam Menghadapi Persaingan Produk Pemberitaan Dengan Media Mainstream”. Persamaan peneliti dengan Yuda Arlita Putra hanya terletak pada strategi sedangkan perbedaannya terletak pada objek. Peneliti dengan objek menghadapi persaingan dengan media mainstream sedangkan Yuda Arlita Putra dengan media online Jambi.

3. Penelitian yang berjudul “Strategi Pemberitaan Dalam Menghadapi Persaingan Media Online Di Jambi (Studi di *MetroJambi.com*) yang diteliti oleh BujangDek mahasiswa program studi Jurnalistik Fakultas Dakwah Universitas Islam Negeri Sulthan Thaha Jambi. Penelitian ini menghasilkan bahwa strategi pemberitaan dalam menghadapi media online Jambi harus profesional dengan cara memberikan pelatihan terhadap para wartawan yang nantinya membuat strategi pemberitaan secara *In-depth* (mendalam). Kemudian dalam penulisan berita tetap berlandaskan pada unsur-unsur penulisan berita, terutama pada nilai berita karena akan berpengaruh layal atau tidaknya sebuah berita dikonsumsi publik. Perbedaan penelitian yang dilakukan oleh BujangDek bisa dilihat dari judul yakni” Strategi Pemberitaan Dalam Menghadapi Persaingan Media Online Di Jambi (Studi di *MetroJambi.com*)” sedangkan penulis judul penelitian ini dengan

²Yuda Arlita Putra, *Strategi Pemberitaan Jambiupdate.co Dalam Menghadapi Media Online Jambi*, (Jambi: Skripsi Sarjana Komunikasi Penyiaran Islam Konsentrasi Ilmu Jurnalistik UIN Sulthan Thaha Jambi.2019)

“Strategi LPM Ukhuwah UIN Raden Fatah Palembang Dalam Menghadapi Persaingan Produk Pemberitaan Dengan Media Mainstream”. Persamaan peneliti dengan BujangDek hanya terletak pada strategi pemberitaan sedangkan perbedaannya terletak pada objek penelitian dengan objek menghadapi persaingan dengan media mainstream sedangkan BujangDek dengan media online.³

Selain itu penulis juga mengambil referensi tinjauan pustaka dari beberapa jurnal yang berkaitan dengan judul penelitian yang penulis lakukan yaitu:

1. Jurnal yang berjudul “ Strategi Pemberitaan (LKBN) Antara Biro Riau Dalam Menghadapi Persaingan dengan Media Online” oleh Mutiara Hatika Penelitian ini berkaitan dengan penelitian yang akan penulis teliti. Bagaimana strategi pemberitaan jika penelitian sebelumnya media online sebagai objek persaingan maka penulis dengan media mainstream sebagai objek persaingan. Pada hasil temuan peneliti Antara Biro Riau tentang strategi pemberitaan dalam menghadapi persaingan dengan media online ada beberapa kiat-kiat pemberitaan LKBN Antara Biro Riau yakni, melengkapi pemberitaan berita dengan unsur berita 5W+1H, bahkan ada unsur berita tambahan seperti 3E+1N, menegaskan nilai berita dan nilai informasi yang dimuat karena berita akan di ingat oleh pembaca, wartawan dan editor harus dilengkapi fasilitas yang cukup untuk memulai kegiatan penulisan dan peliputan difungsikan meminimalisir tulisan atau fakta

³BujangDek , *Strategi Pemberitaan Dalam Menghadapi Persaingan Media Online Di Jambi* (Studi di MetroJambi.co) (Jambi:Skripsi Sarjana Jurnalistik UIN Sulthan Thaha 2021)

dalam berita yang dimuat, memperhatikan kecepatan dan kedalaman berita yang dimuat.⁴

2. Jurnal yang berjudul “ Strategi Pemberitaan Harian Umum Flores Pos Sebagai Media Informasi dan Edukasi di Tengah Kemajuan Teknologi Pemberitaan Online “ oleh Lodowik Nikodemus Kedoh, dan Mariano Silverio Boli. Penelitian ini berkaitan dengan penelitian yang akan penulis teliti tentang bagaimana strategi pemberitaan. Pada hasil temuan peneliti tentang strategi pemberitaan yang diterapkan oleh Harian Umum Flores Pos adalah tetap berpegang teguh pada fungsi-fungsi pers dan tanggung jawab sosial dari lembaga pers. Proses produksi berita dilakukan melalui tahapan yang akurat mulai dari meliput sampai pada mencetak. Memberikan nilai-nilai yang mendidik di segala jenis beritanya. Memberikan berita yang menyeluruh, berimbang, mendidik, serta bertanggungjawab. Harian Umum Flores telah menerapkan strategi pemberitaan yang bertujuan untuk mendidik dan membentuk masyarakat informasi yang paham tentang media.⁵

B. Kerangka Teori

1. Jurnalistik

Dalam kamus jurnalistik diartikan sebagai kegiatan untuk menyiapkan, mengedit, dan menulis untuk surat kabar, majalah atau berkala lainnya. Menurut Ensiklopedi Indonesia, jurnalistik adalah bidang profesi yang mengusahakan penyajian informasi tentang

⁴Mutiara Hatika, “*Strategi Pemberitaan (LKBN) Antara Biro Riau Dalam Menghadapi Persaingan Dengan Media Online*” . Jurnal FISIP Volume.5 Nomor. 1 April 2018

⁵Lodowik, & Mariano, “ *Strategi Pemberitaan Harian Umum Flores Pos Sebagai Media Informasi dan Edukasi di Tengah Kemajuan Teknologi Pemberitaan Online*”. Jurnal Comunicaton Volume.1 Desember 2018

kejadian dan atau kehidupan sehari-hari dengan menggunakan sarana-sarana penerbitan yang ada.

Adinegoro menegaskan, jurnalistik adalah semacam kepandaian mengarang yang pokoknya memberi perkabaran pada masyarakat dengan selekas-lekasnya agar tersiar seluas-luasnya. Djen Amar menekankan, jurnalistik adalah kegiatan mengumpulkan, mengolah, dan menyebarkan berita kepada khalayak seluas-luasnya dengan secepat-cepatnya.

Erik Hodgins, Redaktur Majalah Time, menyatakan, jurnalistik adalah pengiriman informasi dari sini ke sana dengan benar, saksama, dan cepat, dalam rangka membela kebenaran dan keadilan berpikir yang selalu dapat dibuktikan. Sedangkan Suhandang menyebutkan, jurnalistik adalah seni dan atau keterampilan mencari, mengumpulkan mengolah, menyusun, dan menyajikan berita tentang peristiwa yang terjadi sehari-hari secara indah, dalam rangka memenuhi segala kebutuhan hati nurani khalayaknya.⁶

Dari pengertian jurnalistik menurut para pakar ahli diatas secara keseluruhan jurnalistik diartikan sebagai sebuah kepandaian mengarang yang esensinya adalah pemberian kabar kepada masyarakat luas dalam tempo selekas-lekasnya agar tersiar seluas-luasnya. Berdasarkan relevansi tersebut maka akan tampak, bahwa kegiatan jurnalistik akan meliputi serangkaian aktivitas mengumpulkan, mengolah dan juga menyebarkan berita kepada khalayak seluas-luasnya dan dalam waktu yang secepat-cepatnya.

⁶ Haris Sumadiria, *Jurnalistik Indonesia, Menulis Berita dan Feature*,(Bandung:Simbiosis Rekatama Media,2017),cet. Ke-7,hlm. .2-3

2. Strategi

Secara umum strategi adalah proses penentuan rencana para pemimpin puncak berfokus terhadap tujuan jangka panjang organisasi, disertai penyusunan suatu cara atau upaya bagaimana agar tujuan tersebut dapat dicapai.

Menurut Siagian mengemukakan pengertian strategi adalah serangkaian keputusan serta tindakan yang mendasar yang dibuat oleh manajemen puncak dan diterapkan kesemua jajaran dalam organisasi untuk pencapaian tujuan organisasi.

Menurut Scholes dan Jhonson (2016) lebih jelas menjelaskan memberikan pengertian strategi sebagai arah dan ruang lingkup dari organisasi atau lembaga dalam jangka panjang yang mencapai keuntungan melalui konfigurasi dari sumber daya dalam lingkungan untuk memenuhi kebutuhan pasar.⁷

Perencanaan komunikasi merupakan bagian terpenting dalam proses manajemen komunikasi digital. Khususnya media massa seperti media online dimana konsep strategi yang digunakan adalah satu set teknik yang digunakan dalam aktivitas kehumasan serta aktivitas-aktivitas yang menyertainya untuk menjalankan program, kampanye, maupun proyek untuk membantu organisasi dalam mencapai tujuan maupun sasaran.

3. Produk pemberitaan

Produk ialah suatu yang bersifat kompleks yang dapat disentuh ataupun diraba maupun tidak dapat yang didalamnya termasuk kemasan, harga, prestise perusahaan dan pelayanan jasa perusahaan yang diterima oleh pembeli untuk memenuhi

⁷ Apri Winge Adindo, *Kewirausahaan dan Studi Kelayakan Bisnis*, (Yogyakarta: CV BUDI UTAMA 2021), hlm. 23

keinginannya.⁸ Menurut Philip Kotler, produk adalah suatu yang dapat ditawarkan ke pasar untuk diperhatikan, dimiliki, dipakai, atau konsumsi sehingga dapat memuaskan keinginan atau kebutuhan.⁹ Pemberitaan berasal dari kata “Berita” yang artinya cerita atau keterangan mengenai sesuatu kejadian atau peristiwa terbaru, namun pemberitaan akan bermakna sebagai proses, cara, perbuatan, pemberitaan, melaporkan atau mengabarkan.¹⁰

Berita adalah suatu penuturan secara benar dan tidak memihak dari fakta yang mempunyai arti penting dan baru terjadi, yang dapat, menarik perhatian pembaca yang memuat hal tersebut. Pengertian media massa harus bertindak sesuai dengan kaidah Jurnalistik pemberitaan.

Menurut Nancy Nasution (dalam Ana Nadhya Abrar, 2005) berita adalah laporan tentang peristiwa-peristiwa yang terjadi yang ingin diketahui oleh umum, dengan sifat-sifat aktual, terjadi dilingkungan pembaca, mengenai tokoh terkemuka akibat peristiwa tersebut berpengaruh pada pembaca.

Menurut W.J.S Purwadarminta, berita adalah laporan tentang suatu kejadian terbaru.

Menurut V.Charnley, berita adalah laporan tercepat dari suatu peristiwa atau kejadian yang faktual, penting, dan menarik bagi sebagian besar pembaca, serta menyangkut kepentingan mereka.¹¹

⁸ Arief Rakhman Kurniawan, *Total Marketing*, (Yogyakarta:Kobis, 2014), hlm.18

⁹ Danang Sunyoto, *Dasar-dasar Manajemen Pemasaran*, (Yogyakarta:CAPS, 2014), hlm.69

¹⁰ Muhammad Anwar. ” *Analisis Framing Robert Entman Pada Pemberitaan KPK VS POLRI Jilid III (Studi Kasus Pada Koran Tempo dan Media Indonesia Periode Januari Sampai Dengan Juni 2015)*. Volume. 8. Nomor. 2. Juni 2018

¹¹ Asti Musman dan Nadi Mulyadi, *Dasar-Dasar Jurnalistik*, (Yogyakarta: KOMUNIKA, 2021), hlm. 112

Pemberitaan adalah suatu kejadian bermasyarakat berbangsa dan bernegara oleh wartawan mengalami proses yang cukup panjang dan berlangsung dengan cepat tanda kecepatan dan kecepatan wartawan.

Berikut adalah beberapa produk pemberitaan yakni:

a. Majalah

Majalah merupakan penerbitan berkala baik secara mingguan, bulanan, tahunan dan sebagainya berisi bermacam-macam rencana berbagai subjek ditujukan kepada masyarakat umum dan ditulis dengan bahasa yang mudah dipahami oleh pembaca.¹²

Majalah dijadikan salah satu pusat informasi bacaan yang sering dijadikan bahan rujukan oleh para pembaca dalam mencari sesuatu.

b. Bulletin

Bulletin adalah publikasi (oleh organisasi) yang mengangkat suatu topik atau perkembangan aspek tertentu dan diterbitkan / dipublikasikan secara teratur (berkala) dalam waktu yang relatif singkat. Buletin ditujukan kepada khalayak yang lebih sempit, yang berkaitan dibidang tertentu saja.¹³

Umumnya tulisan dalam bulletin identik dengan singkat dan padat (mirip berita) menggunakan bahasa formal dan banyak istilah teknis berkaitan dengan bidang tersebut.

c. Artikel

Artikel adalah tulisan lepas berisi opini seseorang yang mengupas tuntas suatu masalah tertentu yang sifatnya actual dan atau kontroversial dengan

¹² <http://id.m.wikipedia.org/wiki/Majalah>. Diakses pada tanggal 1Juli 2022.

¹³ [http:// id.m.wikipedia.org/wiki/Buletin](http://id.m.wikipedia.org/wiki/Buletin). Diakses pada tanggal 16 Oktober 2021.

tujuan untuk memberitahu (*informatif*), memengaruhi meyakinkan (*persuasive argumentif*), atau menghibur khalayak pembaca (*rekreatif*).¹⁴

Selain itu juga artikel yang ditulis tersebut tidak terikat dengan berita atau laporan tertentu. Ditulisnya boleh kapan saja, dimana saja, dan oleh siapa saja.

d. Berita

Berita (*news*) adalah laporan mengenai suatu peristiwa atau kejadian terbaru aktual laporan mengenai fakta-fakta aktual, menarik perhatian, dinilai penting, atau luar biasa.

Menurut Anwar berita dapat memengaruhi pembaca apabila menggunakan bahasa yang singkat, padat, sederhana, jelas, lugas, tetapi selalu menarik. Bahasa yang mudah dimengerti dapat mengatur perilaku pembaca.¹⁵

e. Siaran Langsung (*Live Report*)

Live Report adalah melaporkan / menyiarkan langsung dari tempat kejadian. Sifatnya yang langsung oleh karena itu tidak ada proses editing, dan inilah yang membedakan dengan siaran – siaran lainnya yang harus melalui proses editing.

4. Media Mainstream

¹⁴ Haris Sumadiria, *Jurnalistik Indonesia*, Menulis Berita dan Feature, (Bandung: Simbiosis Rekatama Media, 2017), cet. Ke-7, hlm. 11

¹⁵ Isnawijaya, *Menulis Berita, di Media Massa & Produksi Feature*, (Yogyakarta: Penerbit Andi, 2019), cet. Ke-1, hlm. 77

Mainstream terbentuk dari dua kata dalam bahasa Inggris yaitu “*main*” dan “*stream*” *main* yang artinya pusat atau utama sedangkan “*stream*” artinya arus atau aliran. Berarti *mainstream* adalah suatu aliran atau trend yang paling utama dan digandrungi oleh sebagian komunitas dalam kurun waktu tertentu.

Media arus utama (*Mainstream media*, *MSM*) adalah sebuah istilah dan singkatan yang dipakai secara kolektif merujuk kepada sejumlah besar media berita massa yang mempengaruhi sejumlah besar orang, dan merefleksikan serta membentuk keadaan pemikiran yang ada.¹⁶

Media *mainstream* adalah media massa dengan otoritas dan memiliki organisasi jelas, terukur, dan dapat dipertanggung jawabkan karena memiliki badan hukum dan lembaga pers yang jelas dan terbuka. Berikut adalah pasal yang mengatur tentang perusahaan pers pasal 9 ayat (2), setiap perusahaan pers harus berbentuk badan hukum Indonesia. Selain itu perusahaan pers juga harus terbuka dan jelas sesuai dengan pasal yang mengatur perusahaan pers pasal (12), perusahaan pers wajib mengumumkan nama, alamat, dan penanggung jawab secara terbuka melalui media yang bersangkutan dan khusus untuk penerbitan pers ditambah nama dan alamat percetakan.¹⁷

Media massa adalah media komunikasi dan informasi yang melakukan penyebaran informasi secara massal dan dapat diakses oleh masyarakat secara massal pula. Informasi massa adalah informasi yang diperuntukkan kepada masyarakat secara massal, bukan informasi yang hanya boleh dikonsumsi pribadi. Informasi massa adalah milik publik bukan ditujukan untuk individu masing-masing. Terdapat juga

¹⁶https://id.wikipedia.org/wiki/Media_arus_utama.. Diakses pada tanggal 10 April 2022.

¹⁷ Budyatna. M. *Jurnalistik, Teori dan Praktek*. (Bandung: PT REMAJA ROSDAKARYA 2017), hlm. 78.

gatekeeper sebagai penyeleksi informasi. Sebagaimana diketahui bahwa komunikasi massa dijalankan oleh beberapa orang dalam organisasi media massa, mereka inilah yang akan menyeleksi setiap informasi yang akan disiarkan atau tidak disiarkan. Bahkan mereka memiliki kewenangan untuk memperluas, membatasi informasi yang akan disiarkan tersebut. Seperti wartawan, desk surat kabar, editor dan sebagainya. Khalayak adalah massa yang menerima informasi massa yang disebarkan oleh media massa, mereka ini terdiri dari publik pendengar atau pemirsa sebuah media massa.¹⁸

Menurut Cangara Sebuah media bisa dikatakan sebagai media massa apabila sudah memenuhi karakteristik media massa sebagai berikut:

- a. Bersifat melembaga, maksudnya adalah bentuk media telah sah mengikuti peraturan yang ada di Indonesia mengenai lembaga penyiaran dan juga berisi orang atau kelompok yang mengelola seluruh pengumpulan dan penyebaran informasi.
- b. Bersifat satu arah, hal ini karena media seperti surat kabar, radio dan televisi tidak mendukung adanya interaksi dengan khalayak.
- c. Meluas dan serempak, penyebaran informasi yang menggunakan media seperti televisi ataupun radio yang dapat diterima menggunakan saluran frekuensi tertentu menjadikan informasi dapat diterima secara bersamaan dan pada seluruh wilayah terjangkau.
- d. Memakai peralatan teknis, misalnya untuk radio dan televisi tentu membutuhkan berbagai macam alat untuk pra pasca produksi ataupun untuk distribusi konten yang terhubung dengan satelit.

¹⁸ *Ibid* hlm 57-58

- e. Bersifat terbuka, ini berarti seluruh tayangan atau informasi yang ada bisa dinikmati oleh seluruh kalangan dan segala usia mulai dari anak-anak hingga orang dewasa.

Media massa juga merupakan sebuah medium dimana dapat digunakan untuk pengawasan terhadap aktivitas masyarakat berupa peringatan dan kontrol sosial untuk mencegah terjadinya hal yang tidak diinginkan.¹⁹

5. Analisis SWOT

Analisis SWOT merupakan sebuah metode perencanaan strategis yang digunakan untuk mengevaluasi kekuatan, kelemahan, peluang, dan ancaman dalam suatu proyek atau suatu spekulasi bisnis. Analisa SWOT, yaitu kegiatan untuk mengetahui peluang, ancaman, maupun kekuatan dan kelemahan perusahaan itu sendiri, hal ini sangat penting dilakukan untuk kemajuan serta kesuksesan suatu bisnis. Analisa ini didasarkan pada logika yang dapat memaksimalkan kekuatan (*strength*) dan peluang (*opportunities*), namun secara bersamaan dapat menimbulkan kelemahan (*weaknesses*) dan ancaman (*threat*). Proses pengambilan keputusan strategi dan kebijakan perusahaan. Dengan demikian, perencanaan strategi (*strategic planner*) harus menganalisa faktor-faktor strategis perusahaan (kelemahan, kekuatan, peluang, dan ancaman) dalam kondisi yang ada disaat ini hal ini disebut dengan analisa situasi.

Menurut Freddy Rangkuti analisa SWOT adalah indifikasi berbagai faktor secara sistematis untuk merumuskan strategi perusahaan. Analisa ini didasarkan pada logika yang dapat memaksimalkan kekuatan (*strengths*) dan peluang (*opportunities*), namun

¹⁹ Cangara, Hafied, *Pengantar Ilmu Komunikasi*, (Jakarta: Rajawali Pers 2010), hlm. 65

secara bersamaan dapat meminimalkan kelemahan (*weaknesses*) dan ancaman (*threats*).²⁰

6. Model Perencanaan Strategi Komunikasi Philip Lesly

Model perencanaan komunikasi yang dibuat oleh Philip Lesly terdiri dari atas dua komponen utama, yakni organisasi yang menggerakkan kegiatan dan publik yang menjadi sasaran kegiatan. Pada komponen organisasi terdapat enam tahapan, sedangkan dalam komponen publik terdapat dua tahapan yang harus dilakukan seorang perencana komunikasi.²¹

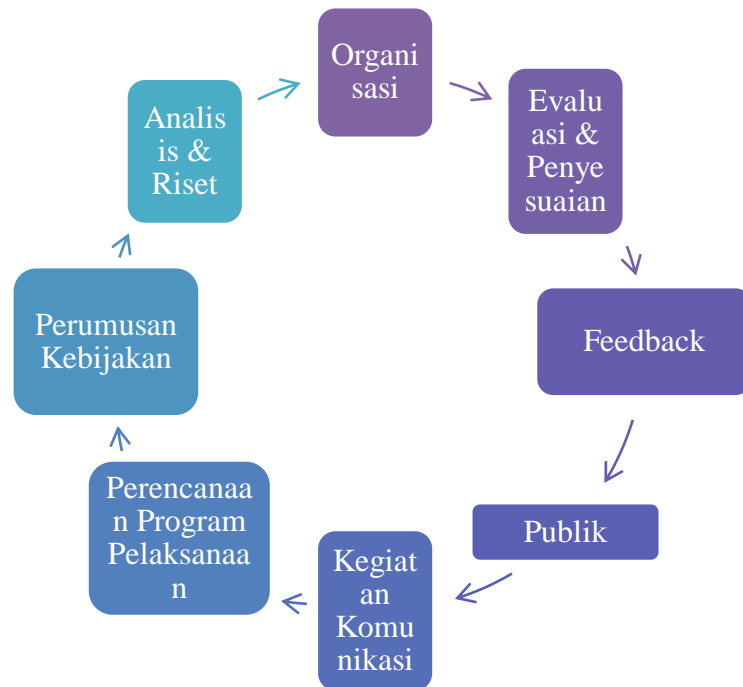
Dalam perencanaan komunikasi membutuhkan saluran komunikasi yakni alat atau media yang bisa digunakan oleh kelompok atau individu serta organisasi yang melakukan komunikasi untuk menyampaikan pesan-pesan. Memilih saluran komunikasi atau media pada umumnya tergantung pada maksud tujuan komunikasi tersebut dilakukan. Media yang memiliki kredibilitas yang tinggi dimata masyarakat dan alat juga memiliki kredibilitas tinggi maka organisasi atau institusi akan memiliki persepsi yang positif dan keberhasilan penyampaian informasi kepada khalayak.²²

Model Perencanaan Komunikasi oleh Philip Lesly yakni:

²⁰Freddy Rangkuti, *Analisa SWOT teknik Membedah Kasus Bisnis*, (Jakarta: PT Graedia, 2004), hlm. 23

²¹Hafied Cangara, *Perencanaan & Strategi Komunikasi*, (Jakarta:Rajawali Pers,2013), hlm. 70

²² Budiman Purba, *Model Perencanaan Komunikasi*, (Medan: Pusdikra Mitra Jaya, 2001), cet pertama, hlm, 146.



Tabel 1:

model komunikasi Philip Lesly

- 1) Organisasi
 - a) Analisis Dan Riset
 - b) Perumusan Kebijakan
 - c) Perencanaan Program Pelaksanaan
 - d) Kegiatan Komunikasi
- 2) Publik
 - a) Umpan Balik, dan
 - b) Evaluasi

Dalam komponen organisasi maka langkah awal untuk mendiagnosa atau mengetahui permasalahan yang dihadapi, setelah itu perumusan kebijakan yang mencakup strategi yang digunakan. Pada tahap perencanaan program pelaksanaan sudah ditetapkan sumber daya yang

akan digerakkan, antara lain tenaga, dana dan fasilitas. Sedangkan pada tahap kegiatan komunikasi adalah tindakan yang harus dilakukan, yakni membuat menyebarkan informasi baik melalui media massa maupun melalui saluran-saluran komunikasi lainnya (kelompok tradisional, media baru, fokus, group, publik). Publik adalah komponen kedua yang menjadi sasaran organisasi.²³

²³ *Ibid.*, hlm. 71