

BAB II

KERANGKA KONSEP

2.1. Tinjauan Karya Sejenis

Dalam membuat Skripsi Berbasis Karya, penulis melakukan riset terhadap beberapa *podcast* yang ada di media-media *internet*. Penulis melihat *podcast* yang memiliki kesamaan bahasan terkait tema transportasi umum berteknologi elektrik yang erat kaitannya dengan dunia otomotif. Selain itu, penulis juga melakukan riset terkait produksi sebuah *podcast* lewat beberapa *podcast* populer yang ada di *internet*.

2.1.1. “Past Gas” oleh Donut Podcast

Podcast berjudul *Past Gas* merupakan produksi *podcast* oleh salah satu media online dari negara Amerika yang bernama *Donut Podcast*. *Donut Podcast* sendiri merupakan kanal turunan dari kanal bernama *Donut Media* yang lebih dikenal di media *Youtube* sebagai penyedia video informatif seputar dunia otomotif, terutama bagi generasi milenial. *Past Gas* mulai mengunggah *podcast* pada tahun 2019 berupa *podcast* video di media *Youtube* dan juga berupa audio di *Spotify*. *Podcast* ini berisi penyampaian informasi seputar dunia otomotif (*Donut Podcast*, 2019).

Past Gas merupakan sebuah *podcast multi host* dengan tiga pembawa acara yang menyampaikan informasi berita dan juga opini masing-masing terkait sebuah topik yang diangkat dalam satu episode berdurasi rata-rata

selama satu jam. Per bulan Juni 2021, Past Gas sudah memiliki 89 episode *podcast* audio maupun video (Donut *Podcast*, 2019).

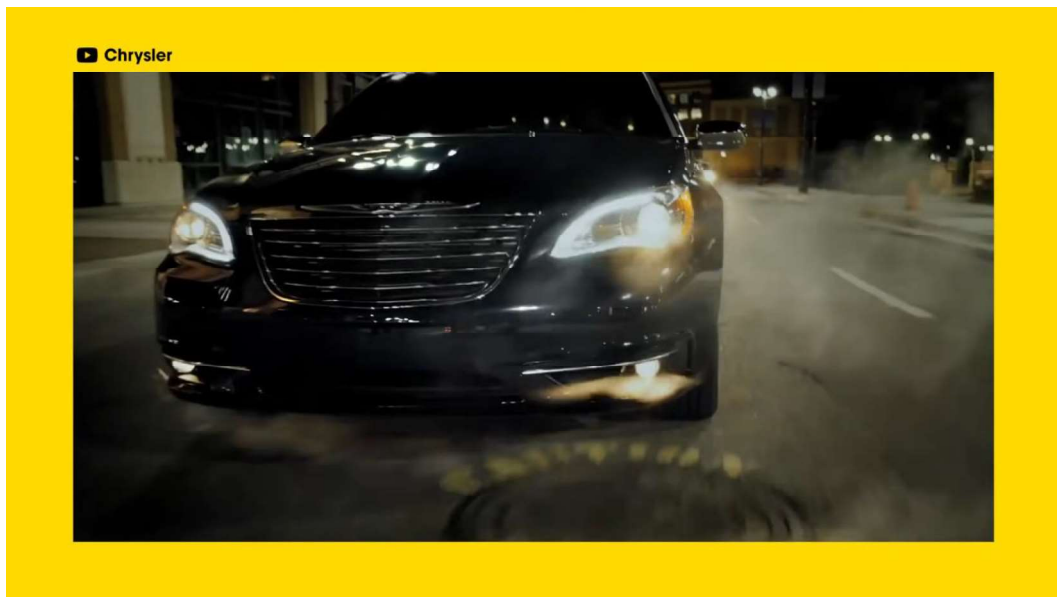
Podcast Past Gas inilah yang menjadi referensi utama penulis dalam membuat Skripsi Berbasis Karya berbentuk *podcast* bertemakan dunia otomotif. Mulai dari gaya penyampaiannya yang menargetkan pada audiens generasi milenial dengan pembawaan bicara yang tidak terlalu formal. Selain itu tema otomotif yang diangkat oleh *podcast Past Gas* memiliki kemiripan dengan *podcast* yang dibuat oleh penulis, yaitu tema transportasi umum, dikhususkan pada topik teknologi kendaraan listrik.

Selain itu, layout tampilan video yang ada dalam *podcast* ini menjadi acuan penulis dalam melakukan pengeditan *podcast* berbentuk video yang akan dikerjakan, dimana tampilannya bersifat minimalis namun menarik dan mudah dilihat.



Sumber: Donut *Podcast*, 2021

Gambar 2.1. Tampilan Video *Podcast Past Gas*



Sumber: Donut *Podcast*, 2021

Gambar 2.2. Tampilan Gambar Informatif *Podcast Past Gas*

2.1.2. *Podcast* “Ih Geli” oleh Tribun Lampung

Podcast “Ih Geli” dari Tribun Lampung ini menjadi salah satu karya sejenis yang dijadikan referensi oleh penulis karena penulis sendiri sempat melakukan kerja magang di media Tribun Lampung selama beberapa bulan dan ikut dalam melakukan produksi *podcast* “Ih Geli” tersebut.

Podcast ini merupakan sebuah program *podcast* video *live* yang secara langsung ditayangkan di beberapa media sosial Tribun Lampung seperti Facebook dan Youtube. Sedangkan untuk *podcast* audio dapat didengarkan di Spotify setelah *podcast* video *live* telah selesai.

Ih Geli tayang dalam tipe *podcast multi host* dengan tiga pembawa acara yang biasanya berisi perbincangan dengan narasumber terkait berbagai macam topik yang mengkhususkan pada tema hiburan dan gaya hidup.

Podcast ini memiliki target audiens khalayak generasi milenial (Tribun Lampung, 2021).

Podcast “Ih Geli” ini hanya memanfaatkan satu sudut kamera yang menangkap ketiga pembawa acara dalam satu *frame* dan perekamannya menggunakan peralatan audio yang mumpuni dan lengkap seperti audio *mixer*, *wireless microphone*, *greenscreen*, dan beberapa perlengkapan lainnya. Melalui kerja magang di Tribun Lampung, penulis dapat mengetahui beberapa poin penting dalam pembuatan sebuah *podcast* baik berupa video maupun audio, sehingga *podcast* Ih Geli ini cocok menjadi salah satu karya sejenis yang dapat dicontoh.



Sumber: Tribun Lampung, 2021

Gambar 2.3. Tampilan Video *Podcast* Ih Geli

2.1.3. Podcast “Close The Door Corbuzier Podcast” oleh Deddy Corbuzier

Podcast yang bernama “Close The Door Corbuzier Podcast” merupakan sebuah produksi video *podcast* yang sangat populer di kalangan masyarakat Indonesia karena dibawakan oleh artis Deddy Corbuzier serta mengangkat isu-isu sosial yang sedang ramai diperbincangkan di masyarakat Indonesia. *Podcast Close The Door* ini mengundang narasumber seperti tokoh masyarakat, artis-artis, ataupun politisi di Indonesia, sehingga tema yang diangkat juga sangat beragam (Deddy Corbuzier, 2019).

Podcast ini tayang dalam bentuk *podcast* wawancara video dan juga audio melalui media Youtube dan Spotify dan hampir setiap hari mengunduh satu episode *podcast* berdurasi rata-rata satu jam. Di media Youtube, *Podcast Close The Door* disajikan dengan menggunakan format *multi camera* sebanyak tiga buah dengan rincian sudut pengambilan gambar dengan *frame* narasumber, *frame* pembawa acara, dan *frame* keseluruhan ruangan. Untuk audio, *Podcast* Deddy Corbuzier menggunakan *microphone* serta audio *mixer* sebagai alat pengelola suaranya (Deddy Corbuzier, 2019).

Adapun penulis mengambil karya sejenis ini karena *podcast Close The Door* oleh Deddy Corbuzier ini sangat populer di kalangan masyarakat Indonesia dan telah menjadi standar *podcast* di mata masyarakat Indonesia. Dengan begitu, penulis dapat mengambil aspek-aspek yang diterapkan dalam *podcast* ini sebagai acuan dalam produksi *podcast* yang penulis buat.

Berdasarkan beberapa referensi *podcast* yang penulis dapatkan, penulis mendapatkan banyak hal yang dapat dipelajari dan dipraktikkan ke dalam *podcast* yang akan penulis produksi seperti penggunaan *microphone* dengan benar sangat diperlukan untuk membuat sebuah *podcast*. Dengan banyaknya *podcast* diatas yang menerapkan *podcast* diunggah dalam bentuk video, penulis juga akan menyajikan *podcast* tak hanya dalam bentuk audio saja, namun juga berupa video pembawa acara dan narasumber. Dengan begitu, penggunaan kamera sangat diperlukan untuk mendokumentasikan sebuah produksi *podcast* video yang dibuat secara tatap muka ataupun secara daring.

2.2. Teori dan Konsep

Dalam membuat Skripsi Berbasis Karya berupa produksi *podcast* berbentuk audio dan video dengan tema transportasi umum elektrik, penulis akan memaparkan beberapa teori serta konsep yang memiliki keterkaitan dengan karya yang hendak penulis buat, diantaranya sebagai berikut.

2.2.1. Definisi *Podcast*

Kata *podcast* sendiri berasal dari kata iPod dan Broadcast, dimana kata “pod” berasal dari media pemutar digital iPod dari Apple dan kata “cast” dari istilah radio “broadcast” (Ruoff, 2019).

Podcast adalah hasil dari sebuah rekaman audio yang dapat didengarkan oleh *audience* secara luas dengan memanfaatkan media internet, sehingga *podcast* dapat didengarkan kapanpun melalui media elektronik yang ada. Pada dasarnya, *podcast* memiliki kesamaan dengan radio, namun radio

hanya dapat dikonsumsi publik secara langsung dan menggunakan gelombang frekuensi tertentu (Adani, 2020).

Podcast juga memiliki definisi serangkaian audio digital yang bersifat *on-demand* dan memiliki fokus pada sebuah topik atau tema tertentu. Pendengar dapat secara otomatis mengikuti episode baru *podcast* tertentu dengan berlangganan dengan *podcast* yang dipilih serta biasanya *podcast* bersifat gratis untuk didengar (Ruoff, 2019).

2.2.2. Tipe *Podcast*

Menurut Virgillito (2020), *podcast* dapat dibagi menjadi tiga tipe sesuai dengan subjek yang berbicara.

1. *Podcast* Wawancara

Podcast wawancara menghadirkan satu atau dua pembawa acara untuk melakukan wawancara dengan narasumber atau bintang tamu di setiap episodenya. *Podcast* wawancara menjadi format yang populer karena *podcast* ini tidak membutuhkan persiapan yang banyak (Virgillito, 2020).

Persiapan yang dilakukan biasanya adalah mempelajari narasumber dan mempersiapkan pertanyaan yang akan ditanya. Dalam *podcast* wawancara, pembawa acara membutuhkan keahlian seperti kemampuan wawancara dan juga dapat memproduksi *podcast* secara rutin (Virgillito, 2020).

2. *Podcast* Solo

Podcast solo biasanya dibawakan secara monolog oleh seorang pembawa acara yang membuat program *podcast* itu sendiri. Konten yang

dimuat dalam *podcast* solo bisa berupa pemaparan opini, berita, jawaban dari pertanyaan pendengar, atau konten lainnya yang dapat dijelaskan oleh satu orang (Virgilitto, 2020).

Dari sudut pandang teknis *podcast solo* adalah tipe *podcast* yang paling mudah karena yang dibutuhkan hanyalah suara pembawa acara itu sendiri, kemampuan merekam *podcast*, dan pemilihan topik yang akan dibicarakan (Virgilitto, 2020).

3. *Podcast Multi Host*

Tipe *podcast multi host* memiliki dua pembawa acara atau lebih yang membuat *podcast multi host* lebih menarik dan dinamis dibandingkan dengan tipe *podcast solo*. *Podcast multi host* memberikan diskusi dengan opini dan perspektif yang berbeda-beda dari setiap pembawa acaranya, sehingga dapat membawa nilai *entertainment* bagi pendengar yang menyukai perbincangan dan perdebatan dibandingkan monolog *solo* (Virgilitto, 2020).

Untuk produser *podcast* dengan tipe *multi host*, dengan keberadaan beberapa pembawa acara dan juga ide yang berbeda-beda membuat *podcast* ini lebih mengalir dan menarik, sehingga audiens lebih tertarik untuk mengikuti episode-episode *podcast multi host* (Virgilitto, 2020).

2.2.3. Podcast Video

Berdasarkan penjelasan oleh Passaris (2021), *podcast* video pada dasarnya merupakan kombinasi dari *podcast* berbentuk audio dengan media *visual* berupa video. Elemen video dapat dibuat dengan hal yang sangat

sederhana seperti penempatan gambar latar belakang dengan logo hingga perekaman video yang harus disunting. *Podcast* video dapat dibuat oleh siapapun untuk menyebarkan sebuah informasi mengenai berbagai jenis topik dengan lebih jelas dibanding hanya mengandalkan audio.

Adapun sebanyak 43% pendengar *podcast* lebih menggunakan media Youtube untuk mendengarkan dan melihat *podcast* video. Nilai tersebut lebih tinggi ketimbang *podcast* audio seperti yang terdapat di media Apple *Podcast* sebesar 34% dan media Spotify yang hanya sebesar 23% (Passaris, 2021).

2.2.4. Produksi *Podcast* Audio dan Video

Dalam membuat sebuah *podcast* audio dan video, Geoghegan dan Klass menyebutkan tahapan-tahapan yang harus dilakukan dalam memproduksi sebuah *podcast* audio dan video (Geoghegan & Klass, 2007). Tahapan tersebut dapat dibagi menjadi tiga bagian, yaitu pra-produksi, produksi, dan pasca-produksi.

1. Pra Produksi

Pada tahap ini, produser *podcast* mempersiapkan topik ide episode yang akan dibuat, menghubungi narasumber, membuat naskah dan mempersiapkan peralatan-peralatan perekaman audio maupun video.

a. Penemuan Ide dan Format *Podcast*

Produser *podcast* melakukan riset untuk menemukan suatu ide topik yang hendak diangkat kedalam sebuah bentuk *podcast*. Tahap ini merupakan tahap penting dimana produser menetapkan tema yang akan

diangkat untuk *podcast* yang akan dibuat dan target audiens pendengar yang ingin dituju (Geoghegan & Klass, 2007, p.27).

Durasi dari sebuah *podcast* juga ditentukan pada tahap pra produksi. Durasi optimal dari sebuah *podcast* audio berkisar antara 15 sampai 30 menit, sedangkan *podcast* video berkisar sampai dengan 7 menit. Namun panjang dari masing-masing episode *podcast* ditentukan oleh seberapa banyak materi yang ingin disampaikan (Geoghegan & Klass, 2007, p.28).

Dalam tahap ini juga, produser juga melakukan penyusunan format dari *podcast* yang akan dibuat, mulai dari bagian pendahuluan, isi, sampai dengan akhir dari sebuah *podcast* agar isi *podcast* tersebut berjalan dengan teratur. (Geoghegan & Klass, 2007, p.30).

b. Pemilihan Pemeran dalam *Podcast*

Pada tahap ini, produser mempersiapkan daftar untuk siapa yang menjadi pembawa acara dan juga narasumber dalam *podcast* yang akan diproduksi. Di saat inilah pemilihan pembawa acara ataupun narasumber cukup menantang. Terkadang pemilihan pemeran dalam *podcast* dapat diselesaikan dengan sekejap, namun terkadang juga dapat menjadi berbelit-belit. Pemilihan peran harus disesuaikan dengan ide dan topik yang sudah ditetapkan sebelumnya (Geoghegan & Klass, 2007, p.132).

c. Persiapan

Pada tahap ini, produser *podcast* mempersiapkan segala peralatan yang diperlukan seperti alat produksi keperluan *podcast* serta persiapan tempat perekaman *podcast* itu sendiri (Geoghegan & Klass, 2007, p.22).

Untuk perekaman *podcast* video, persiapan seperti perlengkapan pengambilan video yang baik, penyetelan *microphone*, penyimpanan media yang mencukupi menjadi hal yang krusial bagi kualitas yang dihasilkan di tahap produksi kedepannya (Geoghegan & Klass, 2007, p.133).

2. Produksi

Pada tahap produksi, produser *podcast* dapat memeriksa semua peralatan perekaman audio dan video serta memastikan semuanya berfungsi dengan baik untuk dilakukan perekaman *podcast*.

Pada bagian perekaman audio, teknik berbicara, pemilihan dan pengoperasian *microphone* dengan *software* perekaman audio yang tepat, serta penyimpanan file audio menjadi hal yang utama dalam perekaman audio untuk *podcast* yang dibuat (Geoghegan & Klass, 2007, pp. 83-93).

a. Teknik Berbicara

Dalam merekam audio sebuah *podcast*, nada bicara yang digunakan adalah nada bicara biasa tanpa perlu mengeraskan suara melalui *microphone*. Ketenangan juga merupakan faktor penting untuk

mendapatkan vokal suara dan teknik berbicara yang baik (Geoghegan & Klass, 2007, p. 84).

b. Perekaman Audio

Produksi perekaman audio dilakukan dengan pengaturan *software* perekaman audio dan dilanjutkan dengan menekan tombol *record* untuk memulai perekaman *podcast*, tombol *pause* saat terjadi kendala, dan tombol *stop* untuk mengakhiri perekaman *podcast* audio (Geoghegan & Klass, 2007, pp. 87-92).

c. Penyimpanan

Audio untuk *podcast* yang sudah direkam dapat disimpan dan diorganisasi dengan rapi dalam satu folder untuk setiap episodenya agar memberikan tempat yang spesifik dalam melakukan pengeditan sebuah *podcast* dalam proses pasca produksi (Geoghegan & Klass, 2007, p. 93).

Pada bagian perekaman video, ada beberapa hal yang bisa diterapkan dalam teknik pengambilan gambar agar terlihat menarik seperti *rule of third*, *long shot*, *medium shot*, *close up*, dan *headroom* (Geoghegan & Klass, 2007, pp.133-137).

a. *Rule of Third*

Aturan sepertiga (*Rule of Third*) adalah keyakinan bahwa gambar akan terlihat lebih menarik jika subjek tidak berada di tengah. Jika bagian layar kamera dibagi menjadi tiga secara horizontal dan vertikal,

subyek yang terletak pada perpotongan garis-garis akan terlihat lebih menarik dan proporsional (Geoghegan & Klass, 2007, p.133).

b. *Long Shot*

Long Shot atau pengambilan gambar lebar mencakup seluruh subjek bidikan di dalam *frame*. Bidikan yang jauh sering digunakan sebagai bidikan yang berfungsi untuk mengorientasikan individu dalam sebuah adegan atau mengungkapkan keadaan lokasi (Geoghegan & Klass, 2007, p.135).

c. *Medium Shot*

Medium Shot merupakan bidikan yang lebih dekat dibandingkan long shot, tetapi, bidikan ini tidak cukup dekat seperti close-up. Pengambilan gambar medium shot dimulai di bagian sekitar pinggang individu sampai dengan semua bagian kepala (Geoghegan & Klass, 2007, p.136).

d. *Close Up*

Close-up dimaksudkan untuk menimbulkan efek dramatis, dengan memfokuskan pada ekspresi wajah dan gerakan tangan manusia atau pada detail suatu objek. Bidikan *close-up* sering digunakan untuk menyorot aksi atau detail tertentu yang penting untuk sebuah cerita (Geoghegan & Klass, 2007, p.136).

e. *Headroom*

Headroom merupakan sedikit ruang kosong yang harus disisakan antara subjek dengan bagian atas *frame*. Dalam proses produksi, harus

dipastikan *head room* tetap terjaga agar kepala subyek yang direkam tidak terpotong oleh *frame* kamera ataupun terlalu jauh dari *frame* bagian atas (Geoghegan & Klass, 2007, p.137).

3. Pasca Produksi

Pada tahapan pasca produksi, produser *podcast* yang telah mendapatkan semua rekaman audio dan video dapat melanjutkan proses pengeditan, *encoding* dan publikasi untuk melengkapi proses produksi sebuah *podcast*.

a. Pengeditan

Tahap pengeditan merupakan tahap dimana produser *podcast* melakukan penyusunan dari hasil rekaman mentah audio dan video yang sudah ada menjadi sebuah kesatuan yang dapat dinikmati menjadi sebuah episode *podcast*. Pengeditan audio dan video dapat dilakukan melalui *software* pengeditan video di komputer (Geoghegan & Klass, 2007, p.139).

b. Encoding

Pada tahap ini, produser *podcast* yang telah selesai melakukan pengeditan audio dan video mengubah hasil *editing* tersebut dengan proses *encoding* menjadi sebuah file episode *podcast* dalam bentuk audio maupun video yang siap dipublikasi sesuai dengan spesifikasi yang diperlukan (Geoghegan & Klass, 2007, pp.151-172).

c. Publikasi

Publikasi episode *podcast* dapat dilakukan di berbagai macam media yang tersedia di Internet seperti *website*, media *streaming* audio, serta media *streaming* video sesuai dengan kebutuhan produser (Geoghegan & Klass, 2007, pp.195-209).

2.2.5. Prinsip Jurnalistik

Prinsip jurnalistik merupakan suatu dasar pedoman seorang wartawan atau media dalam menyampaikan informasi atau berita. Prinsip jurnalistik merupakan pedoman etis para wartawan yang bersifat universal dan prinsip-prinsip inilah yang dituangkan ke dalam kode etik jurnalistik yang ditetapkan di masing-masing organisasi media.

Prinsip jurnalistik yang populer digunakan dalam dunia jurnalistik dikemukakan oleh Bill Kovach dan Tom Rosenstiel yang disebut sebagai *The Element of Journalism*. Menurut Kovach dan Rosenstiel, terdapat sepuluh prinsip jurnalistik (Kovach & Rosenstiel, 2007).

1. Menegakkan Kebenaran

Kebenaran dalam setiap karya jurnalistik yang akan dipublikasikan haruslah berdasarkan fakta dan data, atau peristiwa yang sebenarnya. Sebagai seorang wartawan, kebenaran tidak boleh dimanipulasi, tidak boleh melakukan *framing* atau melaporkan hal yang bertolak belakang dengan fakta dan data yang ada (Kovach & Rosenstiel, 2007).

2. Loyalitas Pengabdian

Seorang wartawan mengabdikan kepada publik atau pembacanya. Walaupun seorang wartawan bekerja kepada perusahaan media yang mempunyai kepentingannya tersendiri, namun tugas utama seorang wartawan adalah melayani publik, memenuhi rasa ingin tahu publik, dan memberi informasi yang sebenarnya kepada pembaca atau pemirsa (Kovach & Rosenstiel, 2007).

3. Disiplin Verifikasi

Disiplin verifikasi adalah hakikat jurnalistik yang membedakannya dari isu, gosip, rumor, atau desas-desus. Wartawan harus melakukan pengecekan, konfirmasi, dan memastikan kebenaran sebuah peristiwa. Verifikasi pula yang menghindarkan wartawan dari pemberitaan palsu atau hoax. Wartawan tidak boleh menambah atau mengarang sebuah informasi, menipu atau menyesatkan pembaca. Wartawan harus bersikap transparan dan sejujur mungkin (Kovach & Rosenstiel, 2007).

4. Independensi

Wartawan harus bersikap independen, bebas dari kecenderungan apa pun terhadap objek pemberitaan. Dalam konteks ini, wartawan boleh mencampurkan opini dan fakta. Ia hanya mengemukakan pendapatnya dalam kolom opini, bukan dalam berita (Kovach & Rosenstiel, 2007).

5. Pemantau Kekuasaan

Dalam UU Pers disebutkan fungsi pers sebagai pengawas sosial (social control). Wartawan menjadi *watchdog* yang mengkritisi kebijakan pemerintah dan perilaku masyarakat (Kovach & Rosenstiel, 2007).

6. Forum Publik

Wartawan dengan pemberitaannya membuka ruang bagi pembaca untuk berkomentar, memperkaya informasi, menyampaikan hak jawab, atau bahkan koreksi (Kovach & Rosenstiel, 2007).

7. Menarik dan relevan

Wartawan bertugas untuk membuat sebuah berita agar dapat menarik perhatian dan relevan dengan kepentingan dan kebutuhan publik (Kovach & Rosenstiel, 2007).

8. Komprehensif dan Proporsional

Pemberitaan harus menyeluruh, meliputi semua unsur berita 5W+1H (What, Who, Where, When, Why, How) sehingga tidak meninggalkan pertanyaan. Contohnya ketika terjadi suatu kejadian, harus dijelaskan kenapa kejadian tersebut terjadi, apa penyebabnya, siapa saja yang terlibat, di mana kejadiannya, kapan waktunya, serta bagaimana prosesnya (Kovach & Rosenstiel, 2007).

9. Hati Nurani

Wartawan diizinkan untuk mendengarkan atau mengikuti hati nurani yang tidak bisa dibohongi atau takkan bohong. Wartawan punya pertimbangan pribadi tentang etika dan tanggungjawab sosial. (Kovach & Rosenstiel, 2007).

10. Warga memiliki hak dan tanggung jawab terkait hal berita

Warga bukan lagi sekadar konsumen pasif dari media, tetapi mereka juga menciptakan media sendiri dengan munculnya *blog*, jurnalisme online, jurnalisme warga (*citizen journalism*), jurnalisme komunitas (*community journalism*) dan media alternatif (Kovach & Rosenstiel, 2007).

Warga dapat menyumbangkan pemikiran, opini, berita, dan sebagainya, sehingga warga senantiasa mendorong perkembangan dunia jurnalistik

2.2.6. Nilai Berita

Dalam menyampaikan informasi terkait sebuah kejadian, wartawan memiliki acuan atau kriteria yang disebut dengan *news values* atau nilai berita. Menurut Romli (2017), ada sepuluh nilai berita yang menjadi parameter apakah sebuah peristiwa layak diberitakan atau tidak. Suatu berita hendaknya memiliki salah satu dari nilai berita berikut.

1. Pengaruh (*Magnitude*)

Nilai berita *magnitude* artinya seberapa luas pengaruh suatu peristiwa bagi publik atau masyarakat luas. Luasnya pengaruh suatu berita bagi masyarakat menentukan apakah berita bernilai atau tidak (Romli, 2017).

2. Penting (*Significance*)

Nilai berita *significance* artinya menyangkut kepentingan orang banyak. Seberapa penting arti suatu peristiwa bagi publik atau apakah peristiwa itu penting diketahui masyarakat (Romli, 2017).

3. Aktualitas (*Timeliness*)

Nilai berita *timeliness* artinya kebaruan atau baru saja terjadi. Kebaruan adalah sesuatu yang terbaru. Semakin aktual sebuah berita, semakin tinggi pula nilai berita tersebut (Romli, 2017).

4. Kedekatan (*Proximity*)

Nilai berita kedekatan yaitu kedekatan peristiwa terhadap khalayak secara geografis, psikologis, dan ideologis. Geografis yaitu

kedekatan dengan lokasi kejadian. Psikologis yaitu keterikatan budaya (kultural), pikiran, perasaan, kesukaan, atau kejiwaan seseorang dengan suatu objek peristiwa atau berita. Ideologis yaitu kedekatan keyakinan, contohnya kesamaan agama atau ras (Romli, 2017).

5. Ketokohan (*Prominence*)

Peristiwa yang melibatkan *public figure*, artis, pejabat, atau idola masyarakat selalu menarik. Semakin terkenal seseorang, maka beritanya akan semakin bernilai (Romli, 2017).

6. Dampak (*Impact*)

Seberapa besar dampak suatu kejadian, seberapa banyak orang yang terkena dampak, seberapa luas, seberapa lama pula dampak tersebut dirasakan, semakin besar dampak dari suatu peristiwa, maka akan semakin tinggi pula nilai beritanya (Romli, 2017).

7. Konflik (*Conflict*)

Peristiwa ketegangan, perang, kericuhan, selalu menarik, termasuk konflik antara artis atau politisi dan konflik antarnegara (Romli, 2017).

8. *Human Interest*

Peristiwa yang menyentuh perasaan kemanusiaan (*human touch*) seperti perbudakan dan penganiayaan, perjuangan bangsa yang masih dijajah, atau peristiwa apa pun yang dapat menimbulkan efek emosi dan menimbulkan simpati dapat menjadi suatu nilai dalam berita (Romli, 2017).

9. Keanehan (*Unusualness*)

Hal yang unik, tidak lazim, aneh, tidak biasa, hal-hal yang belum pernah atau tak biasa ditemui dalam kehidupan sehari-hari dapat menarik perhatian masyarakat terhadap suatu berita (Romli, 2017).

10. Seks (*Sex*)

Peristiwa seksual selalu menarik karena menyangkut salah satu kebutuhan dasar dan fitrah manusia (Romli, 2017).