

BAB IV

KESIMPULAN

IV.1 Kesimpulan

Melalui aktivitas kegiatan kerja praktik sebagai human vetting di Asosiasi Media Siber Indonesia, dapat ditarik kesimpulan bahwa proses *human vetting* adalah proses analisa dan monitoring portal berita online sekaligus memberikan penilaian terhadap portal berdasarkan variable-variabel yang telah di tentukan. Adapun variable-variabel tersebut adalah kode etik, kepemilikan, privasi dan syarat ketentuan (*privacy terms and conditions*), *bylines*, originalitas isi berita dan sumber (*content & sources*), opini (*labeled opinion*), advertorial (*labeled paid content*), dan iklan (*ad density*).

Setelah mengerjakan 30 url portal berita online di Indonesia, khususnya pada artikel advertorial, penulis mengambil kesimpulan bahwa ada beberapa portal berita online yang tidak secara transparan memberi keterangan pada artikel berbayar mereka sebagai Advertorial.

IV.2 Saran

Setelah melakukan kegiatan kerja praktik selama 2 bulan di Asosiasi Media Siber Indonesia, penulis memiliki beberapa saran yaitu :

1. Kegiatan *human vetting* ini bagus untuk meningkatkan kualitas jurnalisme online di Indonesia. Penulis mengharapkan kedepannya pihak Asosiasi Media Siber Indonesia memberikan pelatihan khusus dari orang yang sudah berpengalaman pada bidang ini sebelumnya.

2. Kegiatan magang selanjutnya sebaiknya dilakukan secara offline, karena komunikasi dan pendampingan antara peserta magang dan program officer secara online tidak mudah.

DAFTAR PUSTAKA

- Aprinta, G. (2013). Fungsi Media Online Sebagai Media Literasi Budaya Bagi Generasi Muda. *Jurnal The Messenger*, 5(1), 16.
<https://doi.org/10.26623/themessenger.v5i1.218>
- Ardianto, E., Komala, L., & Karlinah, S. (2015). *Komunikasi Massa Suatu Pengantar*. Bandung: Sempiosa Rekatama Media.
- Baran, S. J., & Davis, D. K. (2015). *Mass Communication Theory: Foundations, Ferment, and Future*. Connecticut: CENGAGE Learning.
- Cameron, G. T., & Ju-Pak, K. H. (2000). Information Pollution?: Labeling and Format of Advertorials. *Newspaper Research Journal*, 21(1), 65–76.
<https://doi.org/10.1177/073953290002100106>
- Friedel, S. L., & Friedel, T. (2020). Program Kliping Media Sebagai Kegiatan Media Monitoring Divisi Humas Di Pt Perusahaan Listrik Negara (Pln) Persero Distribusi Jawa Barat. *JRK (Jurnal Riset Komunikasi)*, 10(2), 181–195. <https://doi.org/10.31506/jrk.v10i2.7261>
- Kuspriyono, T., & Harmoko, D. D. (2017). *Analisa Pesan Persuasif Dalam Advertorial*. 433–438.
- Nur, E. (2021). Peran Media Massa dalam Menghadapi Serbuan Media Online. *Majalah Semi Ilmiah Populer Komunikasi Massa*, 2(1).
- Olsen, R. K., Solvoll, M. K., & Futsæter, K.-A. (2022). Gatekeepers as Safekeepers—Mapping Audiences’ Attitudes towards News Media’s Editorial Oversight Functions during the COVID-19 Crisis. *Journalism and Media*, 3(1), 182–197. <https://doi.org/10.3390/journalmedia3010014>
- Paxson, P. (2010). *Mass Communications and Media Studies : an introduction*.

New York: The Continuum International Publishing Group Inc.

Pratama, B. A., & Sari, D. S. (2020). Dampak Sosial Intensitas Penggunaan Media Sosial Terhadap Kesehatan Mental Berupa Sikap Apatis di SMP Kabupaten Sukoharjo. *Gaster*, 18(1), 65.

<https://doi.org/10.30787/gaster.v18i1.487>

Romli, A. S. M. (2018). *Jurnalistik Online: Panduan Mengelola Media Online*.

Bandung: Nuansa Cendekia. Retrieved from

https://books.google.co.id/books?id=Df7%5C_DwAAQBAJ

Tantri Fajarini, P., Ayu Wirdiani, N. K., & Arya Dharmaadi, I. P. (2020). Evaluasi

Portal Berita Online pada Aspek Usability Menggunakan Heuristic

Evaluation dan Think Aloud. *Jurnal Teknologi Informasi Dan Ilmu*

Komputer, 7(5), 905. <https://doi.org/10.25126/jtiik.2020753587>