

**Journalism Training to Explore and Increase Student Potential in Helping Tourism Development in Pacitan Region**

**Andrik Purwasito<sup>1</sup>, Erwin Kartinawati<sup>2\*</sup> Universitas Sebelas Maret<sup>1</sup>, Universitas Sahid Surakarta<sup>2\*</sup> E-mail Corresponding: erwin.kartinawati@usahidsolo.ac.id**

---

**Info Artikel**

Masuk: 5/11/2023  
Revisi: 31/01/2024  
Diterima: 15/02/2024  
Terbit: 30/03/2024

**Keywords:** Journalistic, Pacitan, Student, Tourism, Training.

**Kata kunci:** Jurnalistik, Pelatihan Pelajar, Wisata, Pacitan.

**P-ISSN:** 2598-2273  
**E-ISSN:** 2598-2281  
**DOI** : 10.33061

---

**Abstract**

*This community service was to help the community utilize the internet as a means of promoting tourism or all the potential in the Pacitan area, East Java. The intended target was for students to be more productive in utilizing their time in this information and digital era. Research shows that students spend more time surfing cyberspace, fulfilling their entertainment needs than studying. Through journalism training, it was hoped that students who were still active members of society and had high curiosity could canalize it through positive activities. The way to do it was by making journalistic products that could be published in media. How to make journalistic products that could be suitable for publication in the media or were of interest to the public as a means of regional promotion was the goal of this activity. This activity was part of efforts to increase society's digital competence.*

---

**Abstrak**

Kegiatan pengabdian kepada masyarakat ini untuk membantu masyarakat dalam memanfaatkan internet sebagai sarana promosi wisata atau segala potensi di daerah Pacitan Jawa Timur. Sasaran yang dituju adalah para pelajar, agar mereka lebih produktif dalam memanfaatkan waktu di era informasi dan digital ini. Penelitian menunjukkan jika waktu para pelajar dalam berselancar di dunia maya lebih banyak dihabiskan untuk memenuhi kebutuhan hiburan dibandingkan untuk belajar. Melalui pelatihan jurnalistik, diharapkan para pelajar yang notabene merupakan anggota masyarakat yang masih sangat aktif dan memiliki rasa ingin tahu tinggi, dapat menyalurkannya melalui kegiatan yang positif. Caranya adalah dengan membuat produk jurnalistik yang dapat dimuat di media. Bagaimana cara membuat produk jurnalistik yang dapat layak dimuat di media atau diminati oleh masyarakat, sebagai sarana promosi daerah, adalah tujuan dari kegiatan pengabdian ini. Kegiatan ini sebagai bagian dari upaya meningkatkan kompetensi digital masyarakat di era kini.

## PENDAHULUAN

Pandemi akibat penyebaran virus Covid-19 menimbulkan perubahan pada hidup masyarakat. Dampaknya tidak hanya dapat kita rasakan saat pandemic masih dinyatakan berlangsung, namun hingga kini, pascapandemi dinyatakan berakhir. Pembiasaan dalam memanfaatkan teknologi khususnya internet bagi masyarakat, terutama para pemuda dan kalangan pelajar, membawa dampak yang luar biasa dalam kehidupan mereka sehari-hari. Selama pandemic, masyarakat terutama pelajar memang mau tidak mau, dipaksa harus menggunakan internet sebagai perantara belajar, akibat imbauan jaga jarak dan stay at home. Tak hanya di masa pandemi, dampak pemanfaatan teknologi selama masa covid telah menyebabkan sebagian besar masyarakat kita utamanya pelajar menjadi tergantung kepada internet. Sayangnya, penggunaan internet baik di kala pandemic di kalangan pelajar, juga bahkan saat ini tidak hanya untuk kepentingan belajar, tetapi untuk mendapatkan hiburan, termasuk di antaranya dengan game online. Fakta tersebut menjadi keluhan yang belum berakhir dari kalangan orang tua. Karena internet, anak-anak dianggap cenderung malas belajar dan kurang konsentrasi (Kamaruddin et al., 2023; Nabilah, 2023). Anak-anak disebut lebih banyak menghabiskan waktu mereka untuk bermain gim dan berselancar di dunia maya, dibandingkan dengan belajar. Para pelajar atau remaja saat ini juga cenderung menjadi asosial karena lebih tertarik bermain dengan telepon genggam atau gadget dibanding berinteraksi secara langsung dengan orang lain. Dari tahun ke tahun jumlah pengguna internet di Indonesia memang terus mengalami kenaikan. Cara masyarakat dalam mengakses internet, 98 persennya dengan menggunakan telepon genggam, termasuk kalangan pelajar dan anak muda (Katadata, 2023).

Tabel. Peningkatan jumlah pengguna internet di Indonesia

Tahun	2014	2015	2016	2017	2018	2019	2020	2021	2022	2023
Jumlah	88,9 juta	89,9 juta	135 juta	144 juta	172 juta	174 juta	200 juta	201 juta	202 juta	203 juta

Sumber: we are social dikutip dari katadata, survei awal tahun 2023.

Persoalan di atas memicu pemikiran dari pengabdian untuk ikut serta dalam menekan masalah tersebut. Bagaimana para pelajar dapat memaksimalkan kecanggihan teknologi, utamanya memanfaatkan boom internet ini untuk kegiatan yang lebih positif dan produktif. Pemaksimalan fungsi internet dapat digunakan oleh pelajar untuk membantu pemerintah, sekolah, wilayah atau daerah berkaitan dengan branding media. Hal yang dilakukan yakni dalam bentuk pelatihan jurnalistik. Melalui kemampuan dalam membuat produk jurnalistik, diharapkan siswa atau para pelajar mampu menggali dan mengenalkan potensi yang ada di daerah mereka, sehingga lebih dikenal oleh masyarakat luas, melalui pemanfaatan teknologi. Kemampuan

dalam membuat produk jurnalistik juga dapat dimanfaatkan sebagai sarana branding diri siswa ataupun pihak sekolah.

Kegiatan ini merupakan upaya berbagi pengetahuan dan pemahaman kepada para siswa/pelajar tentang praktik dan produk jurnalistik. Dari pengetahuan dan pemahaman tersebut, diharapkan siswa dapat menggali dan meningkatkan potensi diri. Dengan demikian, kegiatan ini memberikan pengalaman baru bagi para pelajar dalam membuat produk jurnalistik. Kegiatan ini juga memberikan pengetahuan bagi para pelajar tentang bagaimana cara membuat berita untuk publikasi di media massa maupun di media sosial. Dengan kegiatan ini, para pelajar dapat mengetahui, mengerti dan memahami tentang rangkaian produksi karya jurnalistik. Dengan kata lain, bagaimana pelatihan jurnalistik dapat dimanfaatkan sebagai upaya untuk menggali dan meningkatkan potensi siswa berkaitan dengan branding diri, sekolah, maupun daerah.

Kegiatan berupa pelatihan jurnalistik bagi pelajar memang telah dilakukan oleh sejumlah pihak, antara lain dilakukan oleh Carreza & Mariono (2022), Latif et al., (2022), (Rosita, 2021), dan Damayanti & Murdani (2020). Kegiatan yang dilakukan Carezza dan koleganya fokus untuk membuktikan pelatihan jurnalistik yang diberikan kepada para pengelola majalah sekolah di enam SMP di Magetan Jawa Timur dapat meningkatkan kompetensi sosial dan kemampuan prosedural bagi siswa SMP dalam bidang jurnalistik. Sementara itu kegiatan yang dilakukan oleh Abdul Latif merupakan upaya agar para siswa di SMA Muhammadiyah di Jakarta dapat mengelola waktu mereka dengan baik pada saat pandemi, antara lain diisi dengan pelatihan tentang jurnalistik. Kemudian kegiatan pengabdian yang dilakukan oleh Rosita untuk memfasilitasi bakat menulis para siswa di Madrasah Aliyah Al Muayad Surakarta agar dapat disalurkan dengan baik dan maksimal di majalah sekolah, melalui penguasaan kompetensi dalam bidang jurnalistik. Terakhir adalah kegiatan yang dilakukan oleh Christy Damayanti adalah pelatihan pembuatan konten tentang diplomasi bagi pelajar dari Prodi Hubungan Internasional sebagai upaya memanfaatkan era digital. Dari empat kegiatan tersebut di atas, dapat disimpulkan perihal kebaruan atau *novelty* dari kegiatan pengabdian yang kami lakukan. Selain perbedaan peserta dan lokasi latihan, juga berkaitan tujuan kegiatan yang meski sama-sama untuk meningkatkan kompetensi siswa, namun lebih dispesifikkan pada upaya membangun kesertaan pemuda terhadap pengembangan daerah, melalui pemanfaatan media sebagaimana telah dipaparkan pada bagian sebelumnya.

## **METODE PELAKSANAAN**

Metode kegiatan dalam pelatihan ini berupa ceramah, praktik, dan evaluasi. Metode campuran ini sebagai upaya untuk memaksimalkan pemahaman pelajar atau peserta terhadap penguasaan salah satu bentuk keterampilan. Adapun lokasi kegiatan

pengabdian yaitu di Sekolah Menengah Kejuruan (SMK) Negeri 1 Donorejo Pacitan Jawa Timur. Kegiatan dilakukan secara tatap muka dan juga daring melalui fasilitas zoom. Sebab diselenggarakan dan diumumkan secara daring, yang ikut dalam kegiatan ini tidak hanya pelajar, namun juga tenaga pendidik dan juga masyarakat umum. Dengan demikian, cakupan atau manfaat dari kegiatan dapat dipetik oleh kelompok masyarakat yang lebih luas.

## **PEMBAHASAN**

Dalam kegiatan ini, para peserta diberikan pemahaman mengenai kekuatan dan kemampuan media massa dalam menyebarkan pesan ke publik. Peserta juga diberikan pemahaman tentang menulis produk media dan tips agar tulisan mereka dapat tembus di media massa. Media massa juga disebut dengan pers, yaitu lembaga sosial dan wahana komunikasi massa yang melaksanakan kegiatan jurnalistik. Kegiatan jurnalistik meliputi aktivitas berupa mencari, memperoleh, memiliki, menyimpan, mengolah, dan menyampaikan informasi. Penyampaian informasi dapat disajikan baik dalam bentuk tulisan, suara, gambar, suara dan gambar, serta data dan grafik maupun dalam bentuk lainnya dengan menggunakan media cetak, media elektronik dan segala jenis saluran yang tersedia (Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 40 Tahun 1999 Tentang Pers, n.d.). Dari definisi mengenai media massa atau pers tersebut dapat kita lihat pengategorian media atau pers. Selain dalam bentuk media cetak dan media elektronik, kini juga berupa media online. Media cetak bentuknya seperti koran, majalah, tabloid, sementara media elektronik yakni media dengan basis listrik yaitu radio dan televisi. Sementara yang terakhir adalah media online atau disebut sebagai media baru, menggunakan basis internet sebagai alat penyampai /penjangkau publik (Baran & Davis, 2010; Logan, 2010).

Pengelolaan media massa, saat ini tidak lagi berdiri sendiri-sendiri, namun terkonvergensi. Hal itu bisa kita lihat pada media di Indonesia, dimana yang awalnya merupakan media cetak, kini juga dapat dinikmati dalam bentuk televisi, radio, dan juga online. Contohnya di Indonesia adalah Koran Solopos, Kompas, MNC Grup (RCTI, Global, Inews, MNC), juga Media Indonesia Grup (Media Indonesia, MetroTV). Sajian informasi dan produk media kini juga diperluas berkat internet. Para pengelola media massa, kini juga memanfaatkan media sosial seperti Youtube, Facebook, Instagram, dan Twitter, Tiktok, dan sebagainya untuk menyebarkan informasi dimiliki kepada publik. Dari contoh itu, kita dapat melihat definisi dari media sosial yakni segala bentuk atau alat komunikasi yang memungkinkan bagi para penggunanya untuk membuat atau menciptakan suatu konten, kemudian membaginya dengan pihak lain dalam suatu jaringan (Heid, 2017). Media sosial merupakan jejaring sosial untuk membangun komunitas melalui platform virtual dalam berbagai dimensi (Nicolicchia, 2020). Bentuknya bisa bermacam-macam, seperti situs web untuk jejaring sosial dan

mikroblogging), di mana pengguna membuat komunitas online untuk berbagi informasi, ide, pesan pribadi, dan konten lainnya, bisa video, foto, tulisan, audio, maupun audio visual (“Social Media,” 2004).

Pengelolaan media massa yang kini terkonvergensi dengan media sosial, menunjukkan adanya kekuatan yang jauh lebih besar dimiliki oleh media massa, dibanding sebelumnya (Kartinawati, 2022; Kartinawati & Gama, 2021). Media massa kini dapat menjangkau publik dalam jumlah jauh lebih banyak, dan lebih cepat, dan juga lebih murah atau efisien dari segi pembiayaan. Media massa memiliki kekuatan dalam membentuk opini hingga perilaku publik. Kekuatan dan situasi itulah yang harus dimanfaatkan oleh anggota masyarakat untuk mengenalkan potensi daerah mereka ke tingkat yang lebih luas, lebih-lebih pada situasi seperti saat ini. Saat ini bisa dikatakan waktu yang tepat bagi masyarakat untuk andil, mengembalikan kondisi berbagai sektor yang terdampak akibat pandemi lalu, termasuk sektor pariwisata. Di Pacitan Jawa Timur sendiri, banyak pelaku usaha yang mati suri akibat pandemic dan kondisinya belum pulih seratus persen. Sektor pariwisata sempat disebut terpuruk bahkan bisa dibilang mati akibat pandemi (Pacitan, n.d.). Pacitan yang merupakan tanah kelahiran mantan Presiden RI, Susilo Bambang Yudhoyono tersebut mengandalkan sector pariwisata sebagai salah satu sumber pemasukan daerah. Hal itu terkait kondisi daerah yang dikelilingi banyak pantai, antara lain Pantai Buyutan, Ngiriboyo, Klayar, Watukarung, dan Kali Maron. Selain itu di Pacitan juga terdapat Museum Karst yang diakui oleh Unesco, kemudia Goa Gong, Goa Tabuhan. Pacitan juga memiliki wisata Monumen Jenderal Soedirman di Pakisbaru, Nawangan, kemudian juga ada pondok pesantren tertua di Jawa, yakni Pondok Pesantren Tremas untuk wisata religi. Pacitan juga terkenal dengan aneka olahan laut, sebab, Pacitan merupakan kawasan pantai sehingga merupakan penyuplai ikan tuna yang cukup besar di Jawa Timur. Banyaknya tempat wisata yang dimiliki membuat Pacitan juga disebut sebagai surganya Jawa (the paradise of Java). Pacitan disebut memiliki tempat wisata terbanyak kedua di Indonesia setelah Bali (Sujarwoko, 2019).

Di era yang sangat mudah dalam penyebaran informasi ini, para pelajar dapat mengambil peran dalam pengembangan aset atau potensi daerah. caranya melalui branding media. Melalui gempuran informasi yang dibuat oleh para pelajar secara massal dan konsisten, potensi dan destinasi wisata daerah akan menjadi lebih dilirik oleh pengunjung. Mampu membuat produk jurnalistik, dan menyebarkannya melalui media massa atau internet adalah langkah yang bisa dilakukan oleh pelajar sehubungan dengan branding media sebagaimana disebutkan di atas.

Agar karya jurnalistik yang dihasilkan memenuhi standar atau memenuhi unsur kelayakan, banyak hal yang harus diperhatikan, mulai dari pemenuhan nilai berita atau news value, cara atau tehnik membuat. Setiap jenis media memerlukan tehnik dan cara yang berbeda. Pengetahuan itulah yang kami bagi dalam kegiatan pengabdian

masyarakat sebagai bagian dari peningkatan kompetensi digital masyarakat. Yang disebut dengan karya jurnalistik adalah berita. Berita merupakan laporan tentang fakta yang mengandung nilai. Nilai itulah, yang dijadikan sebagai dasar penentu kelayakan suatu informasi/fakta dapat dijadikan sebagai berita. Oleh karena itu, jangan heran apabila Anda mengirimkan suatu berita ke redaksi dengan harapan dapat diliput atau dipublikasikan, namun wartawan yang ditunggu-tunggu justru tidak datang, atau tidak dimuat. Maka dari itu, jika ingin tulisan, foto, atau video yang dikirimkan ke media dapat dipublikasikan maka harus mengandung nilai atau yang disebut dengan *news value*. Adapun yang masuk dalam kategori *news value* adalah sesuatu yang memiliki nilai yakni penting bagi masyarakat luas, luar biasa, baru, kedekatan baik secara psikologis maupun geografis, informatif, konflik, dan hal-hal yang menyentuh hati nurani (*human interest*) (Brooks, Brian S; Kennedy, George; Moen, Daryl R; Ranly, 2010). Hal lainnya yang masuk dalam kategori *news value* adalah hal-hal yang dapat menarik perhatian publik, atau mampu memenuhi kebutuhan informasi sesuai harapan mereka (Bednarek, 2016). Sebuah fakta atau informasi akan menarik publik jika mampu memancing komentar, like, dan share. Oleh karena itu, tampilan audio visual juga turut menjadi hal yang harus diperhitungkan di era digital ini (Harcup & O'Neill, 2017). Berbekal dari *news value* itulah, kami menegaskan kepada para peserta tentang kunci mengenai tulisan atau karya mereka akan dibaca/dilihat oleh publik. Jika tulisan/foto yang dikirimkan oleh peserta ke suatu media tidak dimuat, tak perlu berkecil hati. Saat ini adalah era internet, era digital. Media sosial seperti blog, Instagram, Youtube, dan lain sejenisnya memiliki kekuatan yang sama besar dengan media massa, yakni TV, koran, dan radio. Melalui akun pribadi atau instansi, masyarakat kini memiliki kesempatan besar dalam membuat dan menyebarkan konten atau hal-hal yang ada di sekitar mereka.

Selain harus mengandung *news value*, agar tulisan mereka dapat dengan mudah dipahami oleh audiens, maka ada pola yang dikenal dengan rumus 5W+1H, yaitu *what*, *where*, *when*, *who*, *why*, dan *how*. *What* berkaitan dengan kejadian/fakta disajikan, *where* berkenaan dengan waktu terjadinya peristiwa, *who* yakni siapa saja yang terlibat atau ada dalam tulisan dibuat, kemudian *why* adalah alasan peristiwa terjadi, dan *how* adalah penjelasan lebih detail tentang peristiwa ditulis. Kemudian dalam menulis suatu fakta menjadi berita, peserta kami kenalkan dengan struktur penulisan berita, yang dikenal dengan struktur piramida terbalik. Struktur piramida terbalik, membantu memudahkan pembaca untuk mendapatkan apa yang terpenting atau inti dari tulisan, sebab dimulai dari sesuatu yang tingkatannya paling penting kemudian penting, dan kurang penting. Pada kesempatan itu, peserta juga diberikan pemahaman mengenai perbedaan jenis berita yakni terdapat berita langsung (*straightnews*), berita ringan (*softnews*), dan berita mendalam (*investigation news*). Hanya saja pada kesempatan tersebut, kami hanya fokus pada jenis berita langsung

dan berita ringan mengingat dua jenis itu yang biasanya akan paling banyak digunakan oleh peserta dalam membuat suatu tulisan.

Karya jurnalistik tidak semata dapat disajikan dalam bentuk tulisan, namun juga dalam bentuk foto, dan audio-visual. Berita dalam bentuk tulisan dan foto biasanya merupakan produk media cetak, dan media online. Berita dalam bentuk audio-visual merupakan bentuk sajian televisi, dan media online. Media online, berbasis internet memang mampu mengakomodasi media cetak dan juga media elektronik dalam satu platform. Berita untuk media cetak, televisi, online, memiliki karakter yang berbeda sehingga harus disajikan dalam bentuk berbeda. Para peserta kami pahami tentang masing-masing karakter, termasuk kelebihan dan kekurangan masing-masing jenis media. Contohnya media cetak membutuhkan tulisan cukup banyak sementara televisi hanya singkat namun harus kuat dalam penyajian gambar bergerak. Media cetak, informasinya dapat dilihat kembali jika pembaca tidak paham, dan hal itu berbeda dengan televisi yang sifatnya hanya sekilas dengar. Pada karya foto, caption atau cara membuat keterangan pada foto merupakan bagian dari materi pengabdian yang turut kami berikan kepada para peserta. Caption biasanya memuat dua kalimat yang pertama merupakan keterangan mengenai gambar yang ada dalam foto, sedangkan kalimat kedua merupakan penjelasan dari kalimat pertama (Sugiarto, 2005).



Gambar 1 : Pengabdian berfoto bersama dengan sejumlah guru SMK N Donorejo Pacitan Jawa Timur usai kegiatan.



Gambar 2 : Para peserta kegiatan pengabdian di SMKN Donorejo Pacitan.

Guna memantapkan pengetahuan peserta, selanjutnya adalah proses evaluasi. Pada tahap praktik, kami tidak melakukan pendampingan di lapangan akan tetapi membantu dalam proses evaluasi sehingga ada peningkatan pengetahuan pra dan pasca produksi. Dari hasil tulisan, foto, dan video yang dibuat oleh peserta, dilakukan

evaluasi berdasar standar jurnalistik. Hasilnya, karena latar belakang peserta yang beragam sehingga kualitas produk yang dihasilkan juga berbeda, produk yang dihasilkan juga berbeda mengingat minat peserta yang juga berbeda-beda. Ada yang membuat tulisan berita, foto, ada pula yang menunjukkan video atau produk audio visual. Evaluasi menunjukkan, mereka yang sering melakukan kegiatan, memiliki kepekaan dan kualitas yang lebih baik dibandingkan dengan peserta yang baru kali pertama membuat. Meski sering membuat, tidak semuanya telah memenuhi standar jurnalistik. Sebagian dari karya cenderung mengedepankan keindahan/aspek artistik. Oleh karena itu, kontiyuitas menjadi hal penting dalam menjamin efektivitas dari suatu kegiatan.

## **KESIMPULAN**

Hasil kegiatan dari pengabdian adalah sesuatu yang harus berkelanjutan. Dalam arti harus ditindaklanjuti dalam bentuk karya yang terus dibuat dan dipublikasi di media baik di media massa maupun di media sosial. Dengan demikian, potensi lokal yang ada di daerah Pacitan Jawa timur dapat lebih tergali dan dikenalkan lebih luas ke masyarakat luar daerah. Penguasaan piranti mulai dari cara memfoto, menggunakan kamera video, editing, dan penulisan naskah menjadi sesuatu yang sangat penting. Dubbing atau voice over juga menjadi keterampilan yang selayaknya patut dikuasai, mengingat kecenderungan masyarakat saat ini yang sebagian lebih tertarik kepada audio-visual dibanding versi tulis. Selain itu, kepercayaan diri merupakan sesuatu yang terbangun secara terus menerus dan tidak hadir secara instan. Oleh karenanya, sangat perlu bagi para siswa untuk terus berpraktik, mulai membuat tulisan, foto, video dari hal-hal yang dianggap kecil yang ada di sekitar mereka, sebagai sarana membangun kepercayaan diri. Konsistensi dalam tema dan waktu pemuatan karya, merupakan hal yang harus turut diperhatikan oleh peserta dalam rangka menggaet pembaca/publik lebih luas, berkaitan dengan konten dibuat. Langkah ini sekiranya akan lebih efektif apabila pemerintah Kabupaten Pacitan Jawa Timur memiliki wadah khusus bagi publik yang ingin berbagi informasi mengenai hal-hal yang terjadi di sekitar mereka, atau forum yang mewadahi tulisan warga berkaitan dengan kekayaan alam atau budaya yang ada di daerah mereka, semacam rubrik jurnalisme warga atau juga disebut dengan *citizen journalism*.



## DAFTAR PUSTAKA

- Baran, S. J., & Davis, D. K. (2010). *Mass Communication Theory : Foundations, Ferment and Future*. Salemba Humanika.
- Bednarek, M. (2016). Voices and values in the news: News media talk, news values and attribution. *Discourse, Context and Media*, 11, 27–37.  
<https://doi.org/10.1016/j.dcm.2015.11.004>
- Brooks, Brian S; Kennedy, George; Moen, Daryl R; Ranly, D. (2010). *News Reporting and Writing*. Macmillan Higher Education.
- Carreza, A. N., & Mariono, A. (2022). Efektivitas Bahan Pelatihan Jurnalistik Digital Untuk Meningkatkan Kompetensi Sosial Dan Kemampuan Prosedural Bagi Siswa Smp. *Jurnal Pena Indonesia*, 8, 79–93.  
<https://journal.unesa.ac.id/index.php/jpi/article/view/21685>
- Damayanti, C., & Murdani, A. D. (2020). Penguatan Kecerdasan Digital Pemuda Sebagai Bentuk Keterlibatan Dalam Total Diplomasi Indonesia (Strengthening Youth Digital Intelligence as a Form of Engagement in Indonesia's Total Diplomacy). *Adi Widya : Jurnal Pengabdian Masyarakat*, 4(1).  
<https://ejournal.unisri.ac.id/index.php/adiwidya/article/view/3296/3276>
- Harcup, T., & O'Neill, D. (2017). What is News?: News values revisited (again). *Journalism Studies*, 18(12). <https://doi.org/10.1080/1461670X.2016.1150193>
- Heid, N. (2017). *The Evolution of The Language Used In Social Media*. GRIN Verlag.
- Kamaruddin, I., Leuwol, F. S., Putra, R. P., Aina, M., Suwama, D. M., & Zulfikhar, R. (2023). Dampak Penggunaan Gadget pada Kesehatan Mental dan Motivasi Belajar Siswa di Sekolah. *Journal on Education*, 6(1), 307–316.  
<https://www.jonedu.org/index.php/joe/article/view/2944>
- Kartinawati, E. (2022). From safety to source domination and diversity content: Media challenges in the pandemic era. *Informasi*, 52(2), 197–204.  
<https://doi.org/10.21831/informasi.v52i2.51294>
- Kartinawati, E., & Gama, B. (2021). Public and Journalist Perception in Surakarta about Covid-19 News Model. *Jurnal ASPIKOM*, 6(1), 167.  
<https://doi.org/10.24329/aspikom.v6i1.714>
- Katadata. (2023). *Pengguna Internet di Indonesia Tembus 213 Juta Orang hingga Awal 2023*. <https://databoks.katadata.co.id/datapublish/2023/09/20/pengguna-internet-di-indonesia-tembus-213-juta-orang-hingga-awal-2023>
- Latif, A., Nugroho, A. W., & Ulza, E. (2022). Pelatihan Menulis Jurnalistik Dengan Manajemen Waktu Yang Tepat. *Journal of Empowerment Community and Education*, 2(1), 418–422.  
<https://jurnalpengabdian.com/index.php/jece/article/view/670>
- Logan, R. K. (2010). *Understanding New Media : Extending Marshall McLuhan*. Peter Lang.
- Nabilah, F. (2023). *Pentingnya Manajemen Gadget bagi Pelajar*. Serambinews.Com.  
<https://aceh.tribunnews.com/2023/06/02/pentingnya-manajemen-gadget-bagi-pelajar>
- Nicolicchia, A. G. M. (2020). Mass Media and Social Media Configuration under Hugo Chavez Populist Discourse: Differences and Contrasts. *Communication, Culture and Critique*, 13(1), 138–141. <https://doi.org/10.1093/CCC/TCZ056>
- Pacitan, D. (n.d.). *Bersabar Sejenak, Tahan Kerinduanmu*. Pacitankab.Go.Id.  
Retrieved August 15, 2021, from <https://pacitankab.go.id/bersabar-sejenak->

tahan-kerinduanmu/

Rosita, F. Y. (2021). Pelatihan jurnalistik pada redaktur majalah sekolah Serambi Al-Muayyad. *ABSYARA: Jurnal Pengabdian Pada Masyarakat*, 2(1), 32–40.

<https://doi.org/10.29408/ab.v2i1.3434>

Social Media. (2004). In *Merrian Webster*. [https://www.merriam-webster.com/dictionary/social media](https://www.merriam-webster.com/dictionary/social%20media)

Sugiarto, A. (2005). *Paparazi : Memahami Fotografi Kewartawanan*. Kompas Gramedia.

Sujarwoko, D. H. (2019, September 12). Pacitan gencar promosikan objek wisata unggulan. *Antara Jatim*. <https://jatim.antaranews.com/berita/317720/pacitan-gencar-promosikan-objek-wisata-unggulan>

Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 40 Tahun 1999 tentang Pers.

<https://dewanpers.or.id/assets/documents/uu/UU-No.-40-Tahun-1999-tentang-Pers.pdf>