BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Kehadiran media sosial merupakan hasil dari salah satu produk kecanggihan teknologi. Media sosial kini membawa berbagai perubahan dalam berinteraksi, berkomunikasi dan juga dalam mendapatkan informasi (Nuraeni & Sugandi, 2017). Kehadiran media sosial memiliki berbagai pengaruh tidak hanya pada gaya hidup masyarakat, melainkan juga pada kegiatan jurnalisme. Media sosial sebagai media yang 'serba ada' dan multifungsi digunakan oleh jurnalis sebagai sumber awal informasi. Bahkan, media sosial menjadi sumber berita bagi jurnalisme (Widiastuti, 2019). Jurnalis menggunakan media sosial sebagai sumber awal ide dalam pembuatan berita, dengan cara memantau isu apa yang sedang hangat dan digandrungi masyarakat serta apa yang dibutuhkan masyarakat, kemudian dikembangkan pada proses pembuatan berita (Nuraeni & Sugandi, 2017).

Selain digunakan sebagai sumber ide berita, media sosial juga digunakan sebagai sarana dalam promosi berita. (Widiastuti, 2019). Contoh media yang menggunakan taktik ini seperti Tribunnews, dan Kompas.com yang mengandalkan berbagai akun media sosial untuk memasarkan konten-kontennya. Media sosial yang digunakan antara lain: Twitter, Facebook, dan Instagram (Adiprasetio, 2019). Namun dalam praktik jurnalismenya, kehadiran media sosial sebagai media promosi berita ini mendorong media massa untuk melakukan *clickbait*. Misalnya, Tribunnews kerap melakukan kelalaian dengan mengesampingkan etika jurnalisme hingga mendapat kritik dari berbagai pihak. Tribunnews dianggap tidak menghiraukan sisi kemanusiaan dengan menggunakan judul bersifat *clickbait* dan mengunggah berita yang tidak di verifikasi kebenarannya. Hal ini di nilai sebagai jurnalisme ugal-ugalan yang mengabaikan kebenaran demi keuntungan (Adiprasetio, 2019).

Berita Dalam.., Chelsea Viana Buchory, Fakultas Komunikasi, 2022

Sudah Dinyatakan Meninggal Dunia, Jenazah di Kamar Mayat Tiba-tiba Terbangun Ketika Akan Diotopsi

Rabu, 7 Maret 2018 18:54 WIB

Lihat foto

Pria India terbangun saat diotopsi

Pipi Chubby? Double Chin? Solusinya V LINE LIFTING MASK dari ORTO'S

TRIBUNNEWS.COM - Keajaiban bisa terjadi pada setiap orang.

Termasuk pada pria India yang sudah meninggal dunia ini.

Peristiwa ajaib ini terjadi setelah pria bernama Himashu Baradwaj ini divonis mati oleh dokter.

Gambar 1.1 Berita Tribunnews menggunakan *clickbait*

Sumber: Portal Berita Online Tribunnews

Namun, tidak semua media massa mempraktikkan judul yang *clickbait* sebagai strategi promosi berita di media sosial. Sejumlah media yang menerapkan jurnalisme dengan cara berbeda yakni: Beritagar (menggunakan jurnalisme robot dan feature panjang), Tirto.id (mengandalkan *copywriting* khas, naratif, dan infografi), Katadata (pionir jurnalisme data), Panditfootball (menggunakan laporan dan ulasan bernas khusus tentang sepakbola) dan Geotimes (mengakomodir kolom dan opini tajam) (Adiprasetio, 2019).

Penggunaan media sosial oleh jurnalis dilakukan dalam beberapa tahap, yakni perencanaan berita (*news planning*), pengeditan berita (*news editing*), dan publikasi berita (*news publishing*). Saat ini pelimpahan data, kecepatan informasi, dan kemudahan dalam berbagi termasuk keuntungan yang bisa didapat dari media sosial. (Adelia, 2019). Kondisi ini menunjukkan bahwa telah terjadi pergeseran kegiatan jurnalistik akibat pesatnya pertumbuhan media sosial, yaitu cara produksi dan penyebaran berita, cara memahami prinsip jurnalistik, dan peran *gatekeeping*. Media sosial telah menjadi bagian yang sangat penting dari *news gathering* sebagai sumber,

Berita Dalam.., Chelsea Viana Buchory, Fakultas Komunikasi, 2022

referensi, ide, dan isu yang lebih luas, serta sebagai saluran penyebarluasan berita (Sujoko & Larasati, 2017).

Berdasarkan penjelasan di atas, media sosial tidak hanya untuk berfungsi sebagai sumber berita dan saluran promosi berita, melainkan memengaruhi cara produksi berita. Produksi berita bukan hanya terkait pengumpulan fakta atau sumber berita dan publikasi berita, melainkan juga penyajian atau pengemasan berita di media sosial sehingga institusi berita menyajikan berita sesuai dengan karakteristik media sosial. Dengan kata lain, media sosial sebagai medium baru penyajian berita. Hal ini sejalan yang diutarakan oleh Puspita & Suciati (2020) bahwa jurnalisme online di Indonesia sekarang ini berada pada fase tiga, yakni jurnalisme menggunakan multimedia dan multiplatform melalui data, visual interaktif, dan juga media sosial. Fase pertama jurnalisme online ditandai dengan berita pada media cetak berpindah kepada media online dan fase kedua jurnalisme online ditandai pelaporan berita dengan mengutamakan kecepatan. Pada fase ketiga, kini penggunaan teknik presentasi atau penyajian berita yang fokus terhadap tulisan dan gambar visual banyak digunakan dalam jurnalisme online yang merujuk multimedia (Puspita & Suciati, 2020).

Namun, penelitian-penelitian sebelumnya tentang jurnalisme dan media sosial di Indonesia masih memfokuskan media sosial sebagai sumber berita dan media sosial sebagai media promosi. Belum ada penelitian yang memfokuskan kepada pengemasan berita melalui media sosial. Misalnya, penelitian yang dilakukan oleh Paramastri & Gumilar (2019) tentang penggunaan Twitter oleh Tirto.id masih memfokuskan media sosial sosial sebagai media distribusi berita dan pengumpulan berita. Temuan berbeda pada penelitian ini, yakni Tirto tidak hanya menggunakan media sosial untuk kecepatan dan kemudahan dalam penyampaian berita, melainkan membangun komunikasi dua arah kepada khalayak. Dengan harapan khalayak bisa memberi tanggapan, masukan, dan kritik (Paramastri & Gumilar, 2019). Sementara penelitian yang dilakukan oleh Adiprasetio (2019) melihat unggahan Tirto di media sosial tidak dalam perspektif jurnalisme, melainkan pemasaran. Dalam konteks pemasaran, Tirto mengembangkan teknik penulisan yang khas pada unggahan mereka di media sosial. Tirto menggunakan

Berita Dalam.., Chelsea Viana Buchory, Fakultas Komunikasi, 2022

kejenakaan, satire, sarkasme, kata-kata yang jarang digunakan, dan kata-kata *slank* yang identik dengan millenial. Temuan lainnya, Tirto memiliki keunggulan dengan mengemas menggunakan infografik, foto, dan elemen-elemen grafis lainnya untuk mendukung isi tulisan yang dibuat (Adiprasetio, 2019).

Penggunaan infografik, foto, dan elemen-elemen grafis pada unggahan berita di media sosial Tirto inilah yang memantik penelitian ini. Apalagi, media sosial memiliki peran yang besar dalam manajemen redaksional Tirto. Tirto menggunakan media sosial sebagai sirkulasi penentuan tema dalam pemberitaan. Memanfaatkan fitur dalam media sosial sebagai adanya komunikasi dua arah dan interaksi dengan pembaca guna mendukung referensi ide untuk Tirto. Kemudian pada tahap evaluasi, Tirto juga menggunakan media sosial untuk mengevaluasi kinerja melalui laporan yang dibuat oleh analis data (Fikhasari & Aji, 2019).

Namun, penelitian ini tidak hanya akan memfokuskan pada penyajian atau pengemasan berita di media sosial oleh Tirto, melainkan media yang mengusung konsep jurnalisme alternatif. Selain Tirto, media jurnalisme yang tidak hanya mengandalkan kecepatan melainkan memiliki cara berbeda dalam menyajikan berita, yakni Katadata, Geotimes (Adiprasetio, 2019), NarasiTV (Wahyudi, 2020), dan Opini.id (Barus, 2019). Jurnalisme alternatif merupakan jurnalisme yang di dalamnya menggunakan hal berbeda dengan praktik jurnalisme pada umumnya. Misalnya dari nilai berita yang dianut, menggunakan media alternatif bukan arus utama, atau tidak berbasis profit (Adrian & Maharani, 2018).

Peneliti melakukan observasi prariset pada media sosial Tirto.id, Katadata, Geotimes, NarasiTV, dan Opini.id, pada rentang waktu Januari sampai Maret 2021. Berdasarkan pengamatan, peneliti menemukan bahwa lima media dengan jurnalisme alternatif tersebut menggunakan media sosial Facebook, Twitter, dan Instagram dalam praktik jurnalismenya. Tirto mengusung jurnalisme data, media analisis, dan infografik ciamik. Pada Facebook dan Twitter Tirto menggunakan *hypertextual* dalam unggahan beritanya yang langsung terhubung kepada web Tirto.id. Sedangkan pada Instagram di dominasi penggunaan infografik tanpa narasi panjang pada kolom *caption*.

Katadata sebagai pionir jurnalisme data menggunakan ketiga media sosial tersebut untuk menyebarkan beritanya dengan menautkan *hypertextual* pada unggahannya dan sering juga membuat databoks untuk menjelaskan data. Kemudian Geotimes dengan mengusung "kolom dan opini populer terkini ruang bagi para pembaca dengan perspektif tajam dari para pakar dan publik seputar agama, ekonomi, politik, dan sosial". Dalam Facebook dan Twitter Geotimes menggunakan *hypertextual* untuk meneruskan khalayak membaca ke website. Pada Instagram, Geotimes juga menggunakan gambar untuk menampilkan berita walaupun Geotimes tidak terlalu aktif dalam mengunggah berita di Instagram.

NarasiTV aktif dalam media sosial menyuguhkan berita dengan *hypertexutal* yang tersambung kepada website dan juga channel Youtube mereka. Selain itu, juga kerap menyuguhkan cuplikan-cuplikan video dalam unggahan beritanya terutama pada media sosial Instagramnya. Pada Instagram, Narasi memiliki beberapa akun diantaranya: narasi.tv, narasinewsroom, narasi.ecosystem, klubbukunarasi, ceritadinarasi. Untuk unggahan berita narasi menggunakan akun narasinwesroom. Kemudian terdapat Opini.id yang menerapkan konsep *homeless* media dalam jurnalismenya. Pada akun media sosialnya Opini kerap menggunakan *caption* dengan kalimat-kalimat sindiran 'pedas'.

Berdasarkan penjelasan di atas, penulis ingin menggambarkan berita yang dimuat di media sosial Instagram. Dari hasil observasi kelima media jurnalisme alternatif tersebut, kebanyakan mengunggah berita pada media sosial Instagram dengan karakteristik yang berbeda dari media sosial lainnya. Instagram sebagai aplikasi berbasis visual, mendukung unggahan berita dengan tampilan menarik.

Menurut J.B Wahyudi berita merupakan sebuah uraian mengenai fakta atau pendapat yang mengandung nilai berita dan sudah disajikan melalui media massa kemudian dipublikasikan secara berkala. (Musman & Mulyadi, 2017). Untuk menjadi sebuah berita membutuhkan proses dari pengumpulan fakta, pengeditan fakta, penyajian fakta, kemudian dikemas dan disebarkan kepada khalayak. Sebuah berita memiliki unsur-unsur penting di antaranya: *what* (apa yang terjadi), *who* (siapa

aktornya), *where* (dimana peristiwa itu terjadi), *when* (kapan peristiwa terjadi), *why* (mengapa peristiwa itu bisa terjadi), dan *how* (bagaimana kronologi pada peristiwa). Selain berisi unsur penting, berita juga memiliki komposisi di dalamnya meliputi: *head* (judul), *date line* (baris tanggal), *lead* (teras) menyajikan paragraf pertama diisi dengan bagian paling penting atau menarik kemudian terdapat *body* (isi) di dalamnya berisi uraian narasi penjelasan informasi yang tertuang pada *lead*, kemudian di akhir *closing* (penutup) (Romli, 2012:70).

Untuk mengumpulkan data penulis akan menggali data dengan cara mengumpulkan unggahan berita pada akun Instagram milik Tirto.id, Katadata, NarasiTV, Opini.Id. Untuk membatasi analisis, penulis memilih berita dengan memfokuskan berita yang mengusung isu utama yaitu tenggelamnya Kapal Selam KRI Nanggala 402. Tenggelamnya Kapal Selam KRI Nanggala 402 menjadi momen berduka yang mendalam untuk Indonesia, sehingga penulis ingin melihat bagaimana media jurnalisme alternatif melakukan pemberitaan terkait peristiwa duka.

Penulis akan menganalisis konten berita yang terdapat pada media sosial Instagram Tirto.id, Katadatacoid, Narasinewsroom, dan Opinid yang merupakan jurnalisme alternatif pada era digital. Dengan hadirnya media sosial membawa dampak besar terhadap dunia jurnalisme. Dimulai dari sumber informasi, sarana publikasi, hingga pengemasan berita. Karena saat ini media sosial sebagai medium baru dalam penyajian berita. Oleh karena itu, konten berita pada media sosial perlu untuk dianalisis, untuk melihat bagaimana format dan karakteristik pengemasan berita yang digunakan pada media sosial saat ini. Sehingga nantinya, dapat terlihat bagiamana bentuk pengemasan berita dari masing-masing media jurnalisme alternatif dan masyarakat dapat menyesuaikan dengan kebutuhan dalam mengkonsumsi berita.

Kerangka untuk menganalisis bentuk-bentuk norma dan praktik jurnalistik di media sosial berlandaskan pada lima dimensi analisis logika media sosial, struktur dan desain; estetika; konvensi genre; praktik retoris; serta mekanisme interaksi dan intensionalitas. Struktur dan desain berfungsi untuk menentukan kemampuan teknologi media sosial karena kemampuan ini cenderung membentuk konten media atau konten

Berita Dalam.., Chelsea Viana Buchory, Fakultas Komunikasi, 2022

yang diterbitkan di dalamnya. Estetika platform media sosial mengacu pada gaya verbal dan visual dari ruang-ruang ini, yang beroperasi dalam batasan struktur dan desainnya. Konvensi genre dibangun di atas struktur, desain, dan estetika *platform* media sosial. Di media sosial, praktik jurnalisme tradisional berinteraksi dengan situasi retoris yang berkembang di luar batas kelembagaan jurnalisme. Media sosial menyediakan derajat interaksi sosial yang mengungkapkan tingkat intensionalitas tertentu. Misalnya, sebagai perangkat retoris, tagar (*hashtag*) berfungsi sebagai mekanisme untuk mengatur postingan seputar topik atau masalah, membuat indeks wacana publik yang otomatis diperbarui dan interaktif (Hermida & Mellado, 2020).

Berdasarkan penjelasan tersebut, penelitian ini diberi judul **"Berita dalam Logika Instagram (Analisis Logika Media Sosial Akun Instagram Media Berita Alternatif)".**

1.2 Fokus Penelitian

Berdasarkan latar belakang di atas penulis menetapkan sebuah rumusan masalah yaitu "Bagaimana pengemasan berita yang dilakukan oleh jurnalisme alternatif pada akun media sosial Instagram?"

1.3 Pertanyaan Penelitian

1. Bagaimana struktur dan desain berita pada media sosial Instagram milik media yang mengusung jurnalisme alternatif?
2. Bagaimana estetika berita pada media sosial Instagram milik media yang mengusung jurnalisme alternatif?
3. Bagaimana genre berita pada media sosial Instagram milik media yang mengusung jurnalisme alternatif?
4. Bagaimana strategi retoris berita pada media sosial Instagram milik media yang mengusung jurnalisme alternatif?

Berita Dalam.., Chelsea Viana Buchory, Fakultas Komunikasi, 2022

5. Bagaimana mekanisme interaksi berita pada media sosial Instagram milik media yang mengusung jurnalisme alternatif?

1.4 Tujuan Penelitian

1. Mengeksplorasi struktur dan desain berita pada media sosial Instagram milik media yang mengusung jurnalisme alternatif.
2. Mengeksplorasi estetika berita pada media sosial Instagram milik media yang mengusung jurnalisme alternatif.
3. Mengeksplorasi genre berita pada media sosial Instagram milik media yang mengusung jurnalisme alternatif.
4. Mengeksplorasi strategi retoris pada media sosial Instagram milik media yang mengusung jurnalisme alternatif.
5. Mengeksplorasi mekanisme interaksi berita pada media sosial Instagram milik media yang mengusung jurnalisme alternatif.

1.5 Manfaat Penelitian

1.5.1 Manfaat Praktis

Hasil penelitian ini diharapkan dapat menjadi bahan kajian dan berguna untuk memberikan informasi mengenai jurnalisme media sosial dan pengemasan berita pada jurnalisme alternatif di media sosial.

1.5.2 Manfaat Akademis

Dengan penelitian ini secara akademis, diharapkan dapat menjadi kajian dan informasi yang berkaitan dengan bidang jurnalisme yang dilakukan pada media sosial.

Berita Dalam.., Chelsea Viana Buchory, Fakultas Komunikasi, 2022