

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Penelitian

Jabar.antaranews.com adalah media *online* yang telah memperluas jangkauannya melalui pemanfaatan berbagai platform media sosial, termasuk Facebook, TikTok, YouTube, dan yang terbaru, Instagram (@antarajabar). Per Maret 2024, akun Instagram @antarajabar memiliki 3.714 ribu pengikut, dan kontennya sebagian besar terdiri dari *feed* berita dan rekaman video singkat.

Konten di akun @antarajabar mencakup berbagai subjek, termasuk politik, ekonomi, rekomendasi perjalanan, dan berbagai topik lainnya, dengan frekuensi publikasi harian berkisar antara satu hingga tujuh berita. Akun @antarajabar menggunakan sistem kategorisasi konten yang memprioritaskan nilai berita, untuk memastikan bahwa pengguna Instagram menerima berita yang informatif, menarik, dan berkualitas tinggi. Perluasan strategis dari platform penyebaran, yang mencakup aplikasi Instagram, tidak hanya berfungsi untuk menghibur tetapi juga untuk mendidik dan memberi informasi kepada para pendukungnya dengan memfasilitasi praktik jurnalisme.

Jabar.antaranews.com merupakan bagian dari Antaranews.com yang memiliki jaringan komunikasi yang menjangkau berbagai daerah di Indonesia bahkan dunia, dengan perwakilan dari berbagai belahan dunia termasuk Kuala Lumpur (Malaysia), Beijing (China), dan London (Inggris).

Untuk memenuhi kebutuhan informasi global masyarakat, Antaranews.com, induk dari Jabar.antaranews.com, menjalin kerja sama

komersial dan non-komersial dengan kantor-kantor berita di seluruh dunia, termasuk AAP (Australia), Reuters (Inggris), AFP (Perancis), DPA (Jerman), Kyodo (Jepang), Bernama (Malaysia), Xinhua (Cina), CIC (Kolombia), dan NAMPA (Namibia), dan lain-lain. Antaranews.com juga terlibat aktif dalam berbagai organisasi regional dan internasional seperti ANEX (ASEAN News Exchange), OANA (Organisasi Kantor Berita Asia Pasifik), dan NANAP (Asosiasi Kantor Berita Non-Blok).

Berita yang disajikan oleh media @antarajabar meliputi seputar politik, ekonomi, rekomendasi tempat, sosial dan juga lainnya dengan jumlah konten berita 1 sampai 7 konten perharinya. Pada akun @anatarajabar juga dibuat berita sesuai *news value* agar pengguna Instagram mendapatkan berita yang informatif, menarik dan juga berkualitas. Hadirnya ide untuk memperluas media penyampaian informasi di media sosial seperti aplikasi Instagram membuat platform ini tidak hanya untuk hiburan semata, tetapi juga alat pendidik dan sarana informasi untuk pendukung dalam melakukan aktivitas jurnalistik.

Jabar.antaranews.com merupakan bagian dari Antaranews.com yang memiliki jaringan komunikasi yang menjangkau berbagai pelosok Tanah Air, bahkan dunia, yang memiliki perwakilan berbagai belahan dunia termasuk di Kuala Lumpur (Malaysia), Beijing (China) dan London (Inggris).

Sebagai pemenuhan kebutuhan masyarakat terhadap informasi global, Antaranews.com induk dari Jabar.antaranews.com juga menjalin kerjasama, baik secara komersial maupun non-komersial, dengan kantor-kantor berita di

seluruh dunia, seperti AAP (Australia), Reuters (Inggris), AFP (Perancis), DPA (Jerman), Kyodo (Jepang), Bernama (Malaysia), Xinhua (PR China), CIC (Columbia), NAMPA (Namibia) dan lain-lainnya. Antaranews.com aktif dalam berbagai organisasi regional dan international, seperti ANEX (*ASEAN News Exchange*), OANA (*Organization of Asia Pacific News Agencies*) dan NANAP (*Non-Aligned News Agencies Pool*).

Antaranews.com, bekerjasama dengan mitra-mitra asing seperti Reuters dan Bloomberg dalam menjual layanan data dan informasi pasar global yang otomatis Jabar.antaranews.com juga melakukan kemitraan. Dengan kantor-kantor berita asing di Asia Pasifik, Antaranews.com juga membentuk konsorsium Asia Pulse dalam memberikan layanan informasi bisnis Asia, dan membentuk konsorsium Asia Net dalam menyebarluaskan rilis pers secara global. Selain itu, Antaranews.com juga bekerjasama dengan Asia Pulse dan Asia Net melaksanakan distribusi siaran pers berbasis wire (*PR Wire*) sesuai dengan keinginan klien di dalam dan di luar negeri dengan bahasa lokal negara yang menjadi sasaran bisnis klien tersebut.

Ratusan berita luar negeri yang berasal dari para mitra kerja dan rata-rata 750 berita hasil liputan wartawannya sendiri disebarluaskan setiap hari melalui teknologi komunikasi terkini, seperti VSAT dan DVB, serta berbagai teknologi berbasis Internet, seperti situs *web*, email dan ftp (*file transfer protocol*) dan yang terbaru melalui platform instagram .

Platform Instagram memang tergolong cukup baru didalam dunia jurnalisme. Namun, ini menjadi tantangan untuk sebuah perusahaan media

bagaimana bisa mengemas informasi atau berita yang menarik. Sehingga generasi milineal dan Z tertarik untuk menambah pengetahuan melalui berita-berita sosial, politik, hukum dan lain sebagainya dari platform Instagram tersebut. Sehingga pada saat ini, untuk terus menjaga eksistensinya banyak media-media yang melakukan perluasan medium penyampaian, mereka mencari tahu medium seperti apa yang di zaman ini lebih banyak digunakan oleh khalayak luas dalam mencari dan mendapatkan informasi karena saat ini medium persebaran berita sangatlah banyak dan luas. Medium penyebaran berita oleh seorang jurnalis dapat berupa koran yang merupakan representasi dari media cetak, radio yang merupakan representasi dari media radio, sementara televisi merupakan representasi dari audio-visual, dan internet merupakan representasi dari media siber atau yang lebih akrab dikenal dengan Jurnalisme *Online* .

Berkaitan dengan Jurnalisme *Online* Indonesia memiliki posisi dimana total 221.56 juta orang atau sekitar 79,5%, penduduk Indonesia adalah pengguna internet. Ini adalah jumlah yang sangat besar dan menyebabkan masyarakat Indonesia mengalami pergeseran budaya dalam penggunaan media saat ini, karena ada alat dan praktik baru yang diadaptasi oleh masyarakat sendiri untuk penggunaannya. Hal ini didasari oleh hasil survey yang dilakukan oleh pihak Polling Indonesia bekerja sama dengan Asosiasi Penyelenggara Jasa Internet Indonesia . Dari hasil analisis, Penduduk Indonesia memiliki akses internet dalam daftar sepuluh besar negara dengan kecanduan terhadap internet. Indonesia berposisi kedelapan dalam daftar negara paling banyak

menghabiskan waktu untuk mengakses internet itu sesbabnya persebaran berita melalui berbagai platform seperti Instagram begitu menjnjkikan dalam persebaran berita.

Kemajuan dalam teknologi informasi dan komunikasi, serta kemudahan penggunaannya, memungkinkan siapapun untuk terhubung secara global melalui jutaan perangkat komputer. Dengan ciri khas masyarakat Indonesia yang ramah, berjiwa sosial tinggi, gemar memperlihatkan aktivitas, dan kurang memperhatikan isu privasi, media sosial seperti Instagram menjadi saluran komunikasi yang ideal.

Pada tahun 2024, Instagram menjadi aplikasi yang paling banyak diunduh, dengan jumlah unduhan mencapai 5 milyar, menurut data yang dirilis oleh *App Magic* pada 7 September 2024, sebuah layanan intelijen pasar aplikasi seluler yang digunakan untuk riset pasar. Oleh karena itu media massa saat ini banyak menerapkan praktik pemanfaatan aplikasi Intagram sebagai sarana atau alat bantu menyampaikan informasi.

Berdasarkan observasi di ketahui bahwa Jabarantaranews.com pernah mendapatkan penghargaan dalam pengolahan beritanya termasuk melalui *Jurnalisme Online* dengan menyabet gelar *Jurnalisme Online* terbaik pada tahun 2019 dan masih banyak lagi prestasi-prestasi lainnya. Keterkaitan topik penelitian ini dengan kajian Jurnalistik, yaitu adanya usaha perluasan medium persebaran, penggunaan, pencarian, dan penggalian berita informasi yang disebarluaskan pada khalayak melalui media pendukung atau yang saat ini sering disebut sebagai media sosial yang khususnya melalui media sosial

Instagram. Sehingga keterkaitan antara topik dengan program studi jurnalistik sudah jelas yaitu berkaitan dengan hal yang bersangkutan dengan aktivitas jurnalistik dalam perluasan medium persebaran berita oleh media sosial Instagram.

Jika dibandingkan, dengan hanya mempublikasikan berita di Jurnalisme *Online* seperti *website* yang nantinya akan tampil di halaman mesin pencarian google apabila kata kunci berita terkait dicari para pengguna atau masyarakat yang terlihat lebih membosankan dan secara tidak langsung harus melalui beberapa tahap untuk mengakses berita tersebut. Oleh karena itu, penggunaan media sosial Instagram seperti yang dilakukan oleh @antarajabar sebagai medium penyebaran berita menjadi hal yang lebih praktis dan juga menghibur. Sehingga dapat lebih banyak menarik perhatian massa, sebagaimana statusnya media massa.

Terlebih saat ini media sosial Instagram sudah menyiarkan berita terupdate selangkah lebih cepat dari media massa lainnya. Salah satu alasan pemilihan topik ini karena belum adanya penelitian mengenai Instagram sebagai media pendukung pemberitaan konten Instagram @antarajabar. Selain itu diantara media sosial lain seperti TikTok dengan pengikut 3,595 ribu, Facebook 1.700 ribu pengikut, Youtube 59 pengikut, pertanggal 1 Oktober 2024 Instagram merupakan platform yang paling banyak pengikut dengan jumlah pengikut 3.714 ribu dalam pendistribusian beritanya.

Salah satu penelitian yang berkaitan dengan ini yaitu penelitian dari Sidik dan Andriani (2024) berjudul "*The Influence Of Using Intagram Media*

@pesona.indonesia On Fulfilling The Information Needs Of Followers”

bertujuan untuk mengevaluasi bagaimana penggunaan akun Instagram @pesona.indonesia memengaruhi pemenuhan kebutuhan informasi para pengikutnya. Persamaan dengan penelitian ini dengan penelitian penulis yaitu sama-sama mengangkat media Instagram sebagai topik penelitian. Namun, pada penelitian membahas aplikasi Instagramnya saja secara luas tidak spesifik. Maka, pada penelitian penulis saat ini ingin membahas spesifik mengenai media sosial Instagram yang digunakan oleh Jurnalisme *Online* Jabar.antaranews.com sebagai perluasan medium dalam persebaran berita kepada khalayak.

Berdasarkan latar belakang diatas maka, penelitian ini yang berjudul **“Instagram Sebagai Media Pedukung Pemberitaan (Studi Deskriptif Pengolahan Berita Sebagai Konten Instagram @antarajabar)”** dapat menjadi sebuah penelitian yang bermanfaat, sebagaimana yang dijelaskan pada bagian urgensi akademis. Pendekatan yang sesuai untuk meneliti fenomena pada penelitian ini yaitu pendekatan kualitatif dan menggunakan metode deskriptif kualitatif. Karena nantinya isi dari penelitian ini akan mendeskripsikan, menganalisis dan menginterpretasikan mengenai hal-hal secara rinci terkait kondisi yang ada.

1.2 Fokus Penelitian

Berdasarkan latar belakang penelitian ini berfokus untuk mengetahui bagaimana media Jabar.antaranews.com dapat mengolah, memanfaatkan dan pengembangan platform media sosial Instagram sebagai perluasan medium persebaran berita dan untuk melakukan aktivitas Jurnalisme *Online* masa kini.

1. Bagaimana media Jabar.antaranews.com menyeleksi informasi untuk dijadikan konten berita di media sosial Instagram @antarajabar?
2. Bagaimana media Jabar.antaranews.com memanfaatkan fitur-fitur yang ada di Instagram @antarajabar?
3. Bagaimana tingkat interaktivitas dalam Instagram @antarajabar terhadap *followers* Instagram @antarajabar?

1.3 Tujuan Penelitian

Berdasarkan fokus penelitian dan pertanyaan penelitian yang telah diuraikan sebelumnya, maka tujuan penelitian adalah sebagai berikut:

1. Untuk mengetahui bagaimana media Jabar.antaranews.com menyeleksi informasi untuk dijadikan konten berita di media sosial Instagram @antarajabar.
2. Untuk mengetahui bagaimana media Jabar.antaranews.com memanfaatkan fitur-fitur yang ada di Instagram @antarajabar.
3. Untuk mengetahui bagaimanakah tingkat interaktivitas dalam Instagram @antarajabar terhadap *Followers* Instagram @antarajabar.

1.4 Kegunaan Penelitian

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat dan ilmu bagi setiap pembacanya, khususnya dalam kajian ilmu komunikasi jurnalistik. Kegunaan penelitian ini adalah:

1.4.1 Secara Teoritis

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi dalam pengembangan ilmu pengetahuan, khususnya yang berkaitan dengan Instagram sebagai media pendukung pemberitaan. Selain itu, penelitian ini dapat menjelaskan bagaimana media menyeleksi informasi untuk dijadikan konten berita di media sosial khususnya Instagram.

1.4.2 Secara Praktis

Sedangkan kegunaan secara praktis, manfaat penelitian ini diharapkan membawa gagasan segar ke dalam praktik jurnalistik yang melibatkan media sosial, termasuk media mainstream seperti media Jabar.antaranews.com. Selain itu, penelitian ini diharapkan menjadi tempat bagi para peneliti dan subjek penelitian untuk berbagi masukan, memberikan khazanah baru tentang menyeleksi informasi untuk dijadikan konten berita di media sosial Instagram. Hal ini menekankan pentingnya inovasi dalam semua aspek agar media massa dapat bertahan di era digital dan mempertahankan minat publik dengan demikian, penelitian ini memiliki manfaat yang signifikan bagi pembaca dan pihak-pihak terkait lainnya.

1.5 Kajian Penelitian yang Relevan

Agar tidak terjadi kesamaan secara menyeluruh, peneliti perlu mengetahui data yang relevan untuk perbandingan, yaitu sebagai berikut: **Pertama**, terdapat penelitian sebelumnya seperti penelitian dari Sidik dan Andrini (2024) yang berjudul *“The Influence Of Using Intagram Media @pesona.indonesia On Fulfilling The Information Needs Of Followers”* bertujuan untuk mengevaluasi bagaimana penggunaan akun Instagram @pesona.indonesia” memengaruhi pemenuhan kebutuhan informasi para pengikutnya.

Penelitian ini menggunakan paradigma positivistik dengan metode penelitian kuantitatif, yang melibatkan pengumpulan data dalam bentuk nilai numerik, yang kemudian dianalisis menggunakan teknik statistik sebagai alat untuk menguji hipotesis dan menarik kesimpulan yang berkaitan dengan subjek penelitian yang ada. Hasil penelitian dapat disimpulkan bahwa penggunaan media Instagram khususnya @Pesona.indonesia memberikan dampak yang signifikan terhadap pemenuhan kebutuhan informasi para pengikutnya. Pengaruh variabel ini sebesar 99,1%, menunjukkan pengaruh yang sangat kuat. Hal ini menunjukkan bahwa akun tersebut efektif dalam menyediakan informasi yang dibutuhkan oleh para pengikutnya, serta menarik untuk dipertimbangkan dalam strategi pemasaran dan komunikasi di platform media sosial Instagram.

Kedua, Darliansyah (2024) “Penggunaan Instagram @Kominfoinhuariau Sebagai Media Informasi Oleh Dinas Komunikasi Dan Informatika Kabupaten Indragiri Hulu”. Penelitian ini bertujuan untuk memberikan informasi dan saran kepada Dinas Komunikasi dan Informatika Kabupaten Indragiri Hulu tentang cara

menggunakan Instagram sebagai alat informasi yang lebih efektif. Penulis menggunakan metode penelitian deskriptif kualitatif untuk meneliti apa yang sedang terjadi. Terdapat tiga indikator penelitian: jumlah waktu, isi media, dan hubungan antar individu. Teori yang digunakan dalam penelitian ini yaitu teori *Uses and Gratification*. Hasil penelitian menunjukkan bahwa masyarakat Kabupaten Indragiri Hulu dalam menggunakan akun Instagram @Kominfoinhuluriau untuk interaksi sosial dan memenuhi kebutuhan informasi dinilai sangat efektif.

Ketiga, Fadhlullah (2024) “Penyajian Berita Infografis Pada Akun Instagram @panditfootball Sebagai Upaya Menarik Minat Pembaca” Penelitian ini bertujuan untuk mendeskripsikan pengelolaan Instagram @panditfootball dalam penyebaran informasi publik melalui konsep *The Circular Model of SoMe* yang dikemukakan oleh Regina Luttrell. Konsep tersebut terdiri atas empat tahapan yaitu *share* (membagikan), *optimize* (mengoptimalkan), *manage* (mengelola), dan *engage* (melibatkan). Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode deskriptif dengan teknik pengumpulan data berupa wawancara mendalam, observasi, dan dokumentasi. Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan tersebut dapat disimpulkan bahwa hasil dari adanya pengelolaan Instagram yaitu banyaknya postingan dan pengikut pada Instagram @panditfootball serta informasi yang akurat.

Keempat, “*Insta-worthiness of News in New Media Journalism: How to Understand News Values on Instagram*” Gabriella Yinoe Ega Wijaya (2020). Penelitian ini bertujuan mengetahui pemanfaatan aplikasi Instagram seperti apa yang digunakan oleh objek yang diteliti. Penelitian ini menggunakan metode

deskriptif kualitatif. Karena keterbatasan informasi yang tersedia teori yang dipakai dalam penelitian ini tidak diketahui. Temuan atau hasil dari penelitian ini mengenai pemanfaatan aplikasi Instagram dalam bidang pemasaran bahwa dengan menggunakan aplikasi Instagram dengan fitur yang disediakan, aplikasi ini membantu dalam proses pembuatan konten promosi.

Kelima, *“Use Of Instagram Social Media By Jabodetabek LRT Public Relations As Information Media for the community”* Safiani Farook dan Umm Sayidah (2024) Penelitian ini bertujuan untuk menilai seberapa efektif penggunaan Instagram dalam meningkatkan kesadaran masyarakat tentang layanan dan kegiatan yang disediakan oleh LRT Jabodebek.

Penelitian ini menggunakan metode penelitian Kualitatif Studi kasus dan teori Difusi Inovasi. Hasil penelitian ini adalah dalam memanfaatkan media sosial Instagram sebagai media informasi bagi masyarakat, LRT Jabodebek melalui tahap difusi inovasi dalam menghasilkan konten informasi menghasilkan konten yang disukai masyarakat.

Keenam, *"The Effectiveness of University Instagram Account as Information Media for Students"* Dwiyani Mayangsari dan Mufid Salim (2021) Tujuan penelitian bertujuan untuk mengetahui efektivitas akun Instagram @klik_uad. Penelitian ini menggunakan metode penelitian kuantitatif, hasil penelitian menunjukkan bahwa akun Instagram @klik_uad sangat efektif sebagai media informasi bagi mahasiswa Universitas Ahmad Dahlan.

Tabel 1.1 Penelitian yang Relevan

No.	Nama dan judul Penelitian	Teori dan Metode Penelitian	Hasil Penelitian	Persamaan	Perbedaan
1.	Sidik, J. et al. Judul: <i>“The Influence Of Using Intagram Media @pesona.indonesia On Fulfilling The Information Needs Of Followers”</i>.	Metode penelitian Yang digunakan ialah metode kuantitatif.	Hasil penelitian dapat disimpulkan bahwa penggunaan media Instagram khususnya @Pesona.indonesia memberikan dampak yang signifikan terhadap pemenuhan kebutuhan informasi para pengikutnya. Pengaruh Instagram ini sebesar 99,1%, menunjukkan pengaruh yang sangat kuat.	Persamaan pada penelitian ini adalah sama-sama membahas objek penelitin yang sama yaitu platform Instagram.	Perbedaan penelitian Velantin Valiant dengan penelitian penulis saat ini yakni, jika penulis sebelumnya meneliti Instagram sebagai media Informasi secara luas. Penulis saat ini meneliti Aplikasi Instagram sebagai medium persebaran berita oleh Jurnalisme Online Jabar.antarane ws.com.
2.	Darliansyah Judul: “Penggunaan Instagram @Kominfoinhuriau sebagai Media Informasi Oleh Dinas Komunikasi Dan Informatika Kabupaten Indragiri Hulu”	Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah deskriptif dan kualitatif	Hasil penelitian menunjukkan bahwa masyarakat Kabupaten Indragiri Hulu dalam menggunakan akun Instagram @Kominfoinhu luriau untuk interaksi sosial dan memenuhi kebutuhan informasi	Persamaan pada penelitian ini adalah sama-sama membahas objek penelitin yang sama yaitu platform instagram.	Perbedaan penelitian yang di teliti oleh penulis dengan penelitian Sri Ratu adalah objek penelitiannya. Objek penelitian penulis saat ini Jurnalisme Online Jabar.antarane ws.com sedangkan,

			dinilai sangat efektif.		objek penelitian Darliansyah adalah masyarakat Kabupaten Indragiri Hulu.
3.	Ilham Fadhlullah Judul:” Penyajian Berita Infografis pada Akun Instagram @panditfootball sebagai Upaya Menarik Minat Pembaca”	Penelitian ini menggunakan metode deskriptif kualitatif dan menggunakan teori media baru	Hasil yang didapat dari penelitian ini bahwa unsur-unsur komunikasi seperti sumber, pesan, media, penerimaan, efek, dan umpan balik sangat penting dibutuhkan pada pengolahan konten Instagram sebagai media informasi yang edukatif karena unsur komunikasi sangat bermanfaat pada saat penyampaian isi konten, agar terciptanya komunikasi yang efektif.	Persamaan pada penelitian ini adalah sama-sama membahas objek penelitin yang sama yaitu platform instagram.	Perbedaan penelitian yang di teliti oleh penulis dengan penelitian Ilham Fadhlullah adalah objek penelitiannya. Objek penelitian penulis saat ini Jurnalisme <i>Online</i> Jabar.antarane ws.com sedangkan, objek penelitian Ilham Fadhlullah adalah masyarakat penyajian berita infografis @pandifootbal l
4.	Gabriella Yinoe Ega Wijaya (2021) Judul: “<i>Insta-worthiness of News in New Media Journalism: How to</i>	Penelitian ini menggunakan metode deskriptif kualitatif	Temuan atau hasil dari penelitian ini mengenai pemanfaatan	Persamaan pada penelitian ini adalah sama-sama membahas	Perbedaan penelitian yang di teliti oleh penulis dan penelitian

	<i>Understand News Values on Instagram”</i>		aplikasi Instagram dalam bidang pemasaran bahwa dengan menggunakan aplikasi Instagram dengan fitur yang disediakan, aplikasi ini membantu dalam proses pembuatan konten promosi.	objek penelitin yang sama yaitu platform instagram.	Gabriella Yinoe Ega Wijaya, pada penelitian penulis kali ini lebih spesifik membahas penggunaan aplikasi Instagram oleh media berita yaitu Jabar.antarane ws.com dan di penelitian sebelumnya hanya meneliti aplikasi Instagramnya saja.
5.	Safiani Faroek dan Umm Sayidah (2024) Judul: <i>“Use of Instagram Social Media by Jabodetabek LRT Public Relations as Information Media for the community”</i>	Penelitian ini menggunakan metode penelitian kualitatif Studi Kasus dan teori Difusi Inovasi	Hasil penelitian ini adalah dalam memanfaatkan media sosial Instagram sebagai media informasi bagi masyarakat, LRT Jabodebek melalui tahap difusi inovasi dalam menghasilkan konten informasi menghasilkan konten yang disukai masyarakat.	Persamaan pada penelitian ini adalah sama-sama membahas objek penelitian yang sama yaitu platform instagram.	Perbedaan penelitian yang di teliti oleh penulis dan penelitian Safiani Faroek dan Umm Sayidah, pada penelitian penulis kali ini lebih spesifik membahas penggunaan aplikasi Instagram oleh media berita yaitu Jabar.antarane ws.com dan di penelitian sebelumnya hanya meneliti aplikasi Instagramnya saja. Selain itu terdapat

					perbedaan teori yang digunakan dalam penelitian ini yakni teori difusi inovasi yang dikembangkan oleh Everett Rogers. Sedangkan penulis menggunakan teori Re-mediiasi.
6.	Dwiyani Mayangsari dan Mufid Salim (2021) Judul: "<i>The Effectiveness of University Instagram Account as Information Media for Students</i>"	Penelitian ini menggunakan penelitian kuantitatif	Hasil penelitian menunjukkan bahwa akun Instagram @klik_uad sangat efektif sebagai media informasi bagi mahasiswa Universitas Ahmad Dahlan.	Persamaan pada penelitian ini adalah sama-sama membahas objek penelitian yang sama yaitu platform Instagram	Perbedaan penelitian ini dengan penulis terdapat pada metode penelitian yang digunakan pada penelitian Dwiyani Mayangsari dan Mufid Salim menggunakan metode penelitian kuantitatif sedangkan penulis menggunakan metode penelitian kualitatif.

Sumber: Data Observasi 2024

1.6 Landasan Teoritis

Penelitian ini menggunakan *Re-mediation Theory* atau Teori Re-mediasi. Teori Re-mediasi merupakan salah satu teori media yang dikemukakan oleh Bolter dan Grusin (1999). Mereka mengatakan bahwa media baru berasal dari media lama, proses ini terjadi untuk memperbaiki atau melengkapi kekurangan yang ada pada media lama. Teori ini juga berpendapat bahwa media-media baru saat ini memberikan dampak terhadap media-media lama secara bentuk, fungsi, dan budaya yang tercipta karenanya). Asumsi dari teori ini yaitu interaktifitas yang mana media memiliki ciri dan karakter dan cara kerja sendiri dengan cara menggabungkan dengan yang sudah ada masih berita yang sama disajikan atau diolah dengan cara yang berbeda.

Bolter dan Grusin memperkenalkan dua Asumsi utama dari Re-mediasi, *immediacy* yaitu kecepatan dan *hypermediacy* keluar biasaan media lama yang ditingkatkan jangkauannya. Contohnya media dibuat lebih menarik dengan cara menggunakan fitur-fitur Instagram agar lebih menarik contoh dengan adanya *slide* (Fakhrana et al., 2023). Dalam pandangan Bolter dan Grusin juga, di luar dimensi sosial dan determinasi teknologi, ada dimensi ekonomi dalam proses Re-mediasi. Secara bisnis, media baru memberi nilai lebih dari sisi ekonomi terhadap media lama (Bolter & Grusin, 2002:68). Adanya perluasan medium persebaran berita seperti saat ini menggunakan Jurnalisme *Online* dan media sosial maka bertambah juga audiens pembaca dan keuntungan bagi suatu media.

Relevansi teori ini dengan penelitian penulis ialah pada zaman sekarang ini kebutuhan manusia untuk memperoleh sebuah informasi berita semakin meningkat.

Manusia pada zaman sekarang ingin mendapatkan informasi yang sedang hangat secara cepat (*up to date*) dan juga mudah. Karena hal tersebut maka terjadilah perluasan media massa dengan muncul media baru. Dalam teori ini mengatakan bahwa media baru hadir bukan untuk menghilangkan media lama. Namun, media baru hadir untuk menyerap kandungan yang terdapat pada media lama lalu hanya memperluas channel atau media persebaran media beritanya saja. Urgensi teori Remediasi ini dengan penelitian penulis yakni, konsep-konsep yang relevan, asumsi-asumsi dasar yang dapat digunakan, dan juga dapat membantu dalam mengarahkan pertanyaan penelitian serta menjawab pertanyaan penelitian tersebut.

1.7 Kerangka Konseptual

1.7.1 Media Sosial

Media sosial sendiri didefinisikan sebagai media yang dapat menghubungkan setiap individu dengan individu lainnya dan saling berkomunikasi. Media yang berbasis pada teknologi internet dan dengan para penggunanya yang bisa dengan mudah ikut serta berbagi dan menciptakan sesuatu meliputi sebuah blog, jejaring sosial, wiki, forum dan dunia virtual. Blog, jejaring sosial dan wiki merupakan bentuk media sosial yang paling umum digunakan oleh masyarakat di seluruh dunia. Andreas Kaplan dan Michael Haenlein dalam (Johnson et al., 2010) mendefinisikan media sosial sebagai "Sebuah kelompok aplikasi berbasis internet yang membangun di atas dasar ideologi dan teknologi *Web 2.0*, dan yang memungkinkan penciptaan dan pertukaran *user-generated content*".

Menurut Shirky dalam (Mayasari, 2022) media sosial dan perangkat lunak sosial merupakan alat untuk menaikkan kemampuan pengguna untuk berbagi (*to share*), bekerja sama (*to co-operate*) diantara pengguna dan melakukan tindakan secara kolektif yang semuanya berada diluar kerangka institusional maupun organisasi. Media sosial juga diciptakan sebagai perluasan dari media komunikasi bagi manusia. Manusia biasa yang saling membagi ide, bekerjasama, dan berkolaborasi untuk menciptakan kreasi, berpikir, berdebat, menemukan orang yang bisa menjadi teman baik, menemukan pasangan, dan membangun sebuah komunitas. Intinya, menggunakan media sosial menjadikan kita sebagai diri sendiri. Beberapa pengertian diatas tentang penggunaan media sosial maka dapat disimpulkan penggunaan media sosial adalah proses atau kegiatan yang dilakukan seseorang dengan sebuah media yang dapat digunakan untuk berbagi informasi, berbagi ide, berkreasi, berfikir, berdebat, menemukan teman baru dengan sebuah aplikasi *Online* yang dapat digunakan melalui *smartphone* (telepon genggam).

Ketika membicarakan revolusi informasi, media sosial merupakan platform yang paling sering dirujuk dalam hal bagaimana ia berdampak pada berbagai praktik dan ritual kehidupan sehari-hari. Berbagai konsep yang telah dikemukakan sebelumnya tampak seluruhnya dalam platform media sosial. Pada bagian ini, akan diuraikan tentang sejarah singkat media sosial sebagai platform yang dianggap paling merepresentasikan berbagai gagasan yang dikandung oleh internet sebagai media baru. Pada 1997, ketika Andrew Weinreich menciptakan *SixDegrees*, sebuah bulletin board yang kemudian

menjalankan fungsi sebagai situs jejaring sosial (*social networking sites/SNS*) yang sepenuhnya berbasis *web*, dipandang banyak pakar merupakan cikal bakal dari apa yang sekarang kita kenal sebagai media Sosial.

Konon, nama SixDegrees terinspirasi dari teori *Six degrees of separation* yang berargumen bahwa setiap orang dapat terhubung dengan orang lain dan memungkinkan mereka untuk menampilkan profil, menghubungkan mereka dengan teman-teman, atau mencari teman baru. Meskipun *SixDegrees* harus berhenti beroperasi pada 2001, inovasinya telah membuka peluang bagi lahirnya berbagai jenis media sosial, seperti Facebook, Twitter, Instagram, Tiktok.

Pada lain sisi, media sosial juga lahir dalam bentuk blog yang diinisiasi oleh Yahoo! melalui GeoCities pada 1995 yang pada saat itu memberikan layanan penyimpanan data berbasis *web* agar dapat diakses oleh pengguna lainnya. Blogging memiliki popularitas yang cukup mengesankan, terutama setelah muncul beberapa platform content management system (CMS), seperti *Wordpress* dan Joomla, yang telah melahirkan banyak narablog (pengguna blog) yang memanfaatkannya sebagai jurnal, catatan harian, ulasan produk, dan layanan, hingga sekadar untuk menyalurkan hobi. Saat itu, blogging menjadi aktivitas spesifik, bahkan menjadi salah satu profesi baru. Beberapa media massa di Indonesia sampai hari ini masih memanfaatkan blog sebagai salah media untuk mewadahi aspirasi pembaca, seperti Kompasiana. Pada babak berikutnya, media sosial lebih banyak muncul dengan mengedepankan

karakteristik utamanya, yakni user-generated content (UGC) atau pengayaan konten oleh pengguna.

Hal tersebut sebagaimana dide- monstrasikan oleh Facebook yang mulai dibangun pada 2004 oleh Mark Zuckerberg. Lagi-lagi, Facebook pun bertujuan membangun interaksi sesama pengguna internet di seluruh dunia meskipun pada awalnya hanya diper- untukkan mahasiswa Harvard. Selain Facebook, beberapa media sosial lain yang populer pada masa-masa awal adalah MySpace yang diluncurkan pada 2003 dan Twitter-yang sekarang sudah berganti nama menjadi X-yang didirikan pada 2006 dengan fungsi yang lebih spesifik sebagai microblogging.

Hampir semua platfom digital hari ini menjadikan unsur sosial sebagai salah satu fitur mendasar dalam layanan mereka. Katakanlah, *online* mangai place, GPS, dan media daring yang lebih dulu mengaplikasikannya sejak kemunculan teknologi Web 2.0. Sebagian *online* marketplace hari ini telah mengintegrasikan unsur sosial dalam layanan mereka, di mana berbagai gerai dapat membuka layanan *live shopping* secara *real-time* yang merevolusi cara kita berbelanja. Beberapa platform GPS pun memungkinkan sesama peng- guna untuk berbagi informasi tentang situasi lalu lintas di wilayah tertentu dengan menggunakan fitur yang tersedia. Berbagai fakta tersebut menggambarkan bahwa interaksi sosial merupakan *core business* dari semua platform media sosial. Meski demikian, fenomena tersebut tidak pelak mendapatkan perhatian dan kritik dari beberapa peneliti. Salah satunya adalah Jeffrey A. Hall (2018) yang tampaknya ia masih meragukan kualitas sosial yang diwujudkan oleh

media sosial. Artinya, mungkin saja media sosial tidak pernah menjalankan fungsi interaksi sosial yang sejati. Kritik serupa juga diutarakan oleh José van Dijck (2013) dalam *The Culture of Connectivity: A Critical History of Social Media* yang melihat bahwa media sosial telah melahirkan apa yang disebutnya sebagai platformed sociality, sebuah pergaulan yang tidak autentik dan selalu bergantung pada konektivitas yang bersifat teknologi dan networked. Kritik lainnya diutarakan oleh Sherry Turkle dalam *Alone Together: Why We Expect More from Technology and Less from Each Other*. Menurut Turkle (dalam Fakhruroji, 2024:25) menekankan bahwa media sosial yang diakses melalui berbagai gadget tidak hanya mengubah cara kita berkomunikasi dan berinteraksi, tetapi juga telah mengubah entitas kemanusiaan kita. "Kita bersama-sama, namun tetap sendirian" atau "mendekatkan yang jauh, namun menjauhkan yang dekat". Kurang lebih itulah yang dimaksudkan oleh Turkle. Meski terdengar seperti retorika dystopian, hal tersebut memberikan analisis tentang bagaimana media sosial memberikan dampak signifikan kepada pergaulan sehari-hari.

1.7.2 Jurnalisme *Online*

Richard Craig mengatakan bahwa Jurnalisme *Online* adalah proses penyampaian sebuah pesan melalui media internet dengan menggabungkan tulisan, audio, dan video serta memungkinkan pengakses untuk membaca kembali berita yang telah berlalu (Craig, 2005:14). Jurnalisme *Online* terlihat berbeda dengan jurnalisme tradisional yang sudah dikenal sebelumnya (media cetak, radio, dan TV) bukan semata-mata karena mengambil venue yang

berbeda, melainkan karena Jurnalisme *Online* ini dilangsungkan di atas sebuah perluasan media lama menjadi media baru yang mempunyai karakteristik yang berbeda, baik dalam format, isi, maupun mekanisme dan proses hubungan penerbit dengan pengguna atau pembacanya. Di Indonesia sendiri Jurnalisme *Online* kebanyakan lahir pada saat jatuhnya pemerintahan Presiden Suharto pada tahun 1998, dimana alternatif media dan *breaking news* menjadi komoditi yang dicari banyak pembaca. Dari situlah kemudian tercetus keinginan membentuk berbagai Jurnalisme *Online*.

1.8 Langkah-Langkah Penelitian

1.8.1 Lokasi

Penelitian ini dilaksanakan di Kantor media Jabar.antaranews.com yang beralamat di Jalan Braga No.25 Bandung.

1.8.2 Paradigma dan Pendekatan

Paradigma penelitian ini adalah paradigma konstruktivistik. Paradigma konstruktivistik adalah paradigma yang hampir serupa dengan antithesis dari paham yang meletakkan pengamatan dan objektivitas dalam menemukan suatu realitas atau ilmu pengetahuan. Menurut Hidayat Selly dkk dalam Ridianty, (2018) paradigma ini memandang ilmu sosial sebagai analisis sistematis terhadap *socially meaningful action* melalui pengamatan secara langsung dan terperinci terhadap pelaku sosial yang berkaitan menciptakan dan memelihara atau mengelola dunia sosial mereka. Peneliti memilih paradigma konstruktivisme karena peneliti bisa sama-sama aktif untuk mengajukan

pertanyaan penelitian yang lebih eksploratif, sehingga memungkinkan ditemukannya temuan penelitian.

Sesuai dengan paradigma yang dipilih pada penelitian ini maka, peneliti memutuskan untuk menggunakan pendekatan kualitatif. Moleong mengatakan bahwa penelitian kualitatif adalah penelitian yang bermaksud untuk memahami fenomena tentang apa yang dialami oleh subjek penelitian seperti perilaku, persepsi, motivasi, tindakan dan lain-lain secara holistik dan dengan cara deskripsi dalam bentuk kata-kata dan bahasa, pada suatu konteks khusus yang alamiah dengan memanfaatkan berbagai metode alamiah (Azmawati et al., 2015). Peneliti memilih menggunakan pendekatan kualitatif karena peneliti dapat langsung mengamati subjek penelitian dalam pengembangan definisi mereka mengenai fokus penelitian ini.

Maka dari itu, peneliti akan turun langsung ke lapangan untuk mengumpulkan data, melakukan observasi, dan pengamatan secara terus menerus serta melakukan wawancara dengan beberapa informan. Hal ini dilakukan guna mendapatkan hasil yang maksimal.

1.8.3 Metode Penelitian

Metode yang digunakan pada penelitian ini adalah metode penelitian deskriptif kualitatif. Tujuan dari metode penelitian ini adalah untuk mengungkapkan kejadian atau fakta, fenomena, keadaan, dan keadaan yang sebenarnya atau sedang terjadi saat penelitian berlangsung dengan menampilkan apa yang sesungguhnya terjadi. Penelitian deskriptif kualitatif merupakan penelitian yang menafsirkan dan menguraikan data yang

bersangkutan dengan situasi yang sedang terjadi, sikap dan pandangan yang sedang terjadi dalam suatu kalangan atau masyarakat.

Berkaitan dengan penelitian ini, peneliti memutuskan untuk memilih metode deskriptif kualitatif digunakan agar peneliti dapat menyajikan data yang berdasarkan fakta dan sesuai dengan apa yang peneliti temukan di lapangan selama penelitian berlangsung. Disini penulis berperan menjadi pengamat, yang artinya penulis turun langsung ke lapangan dan tidak memanipulasi data atau *variable* yang didapatkan selama terjun ke lapangan (Rakhmat, 2007:25). Hasil dari penelitian ini akan disajikan secara sejelas-jelasnya. Peneliti menggunakan metode deskriptif kualitatif juga untuk mengetahui bagaimana sebenarnya media berita Jabar.antaranews.com dapat mengelola dan menggunakan media sosial Instagram sebagai medium penyebaran berita dan aktivitas jurnalisme di era saat ini.

1.9 Jenis dan Sumber Data

1.9.1 Jenis Data

Jenis data pada penelitian ini adalah data kualitatif. data pada penelitian kualitatif biasanya berbentuk teks, foto, gambar, jenis konten, dan bukan berupa angka/hitung-hitungan layaknya data pada penelitian kuantitatif. Sementara, sumber data yang digunakan pada penelitian ini adalah sumber data primer dan sumber data sekunder.

1.9.2 Sumber Data

1.9.2.1 Sumber Data Primer

Sumber data primer atau data utama dalam penelitian ini adalah informan, yakni Kepala Biro, Pewarta, Admin media sosial instagram @antarajabar dan Vidio *Journalis*.

1.9.2.2 Sumber Data Sekunder

Sekunder Sumber data sekunder atau data tambahan pada penelitian ini berasal dari buku, jurnal, atau artikel maupun konten-konten berita yang ada di Instagram @antarajabar.

1.9.3 Informan

Pada penelitian ini akan ada 4 informan berdasarkan jenis purposive, narasumber ini yang nantinya akan diwawancarai oleh peneliti dan memberikan informasi yang dibutuhkan dalam penelitian ini.

Informan dalam penelitian penulis adalah Kepala Biro Jabar.antaranews.com, Pewarta, Vidio *Journalist*, admin Instagram yang mengelola akun media sosial Instagram @antarajabar, yang memiliki kriteria sebagai berikut:

1. Seorang wartawan/Jurnalis yang bekerja di media berita Jabar.antaranews.com lebih dari 1 tahun.
2. Sudah bekerja di media berita Jabar.antaranews.com lebih dari 1 tahun
3. Sudah mengelola akun media sosial Instagram @antarajabar lebih dari tiga bulan.

Penentuan jumlah informan didasarkan pada pendapat Creswell yang menyatakan 3 sampai 10 informan untuk sebuah wawancara penelitian Creswell (2013). Dalam penelitian penulis sudah terdapat 4 orang narasumber untuk diwawancarai, jumlah tersebut telah sesuai dan sudah melebihi minimum.

Menurut Wijaya (2019) penelitian dinyatakan selesai saat datanya jenuh. Jika penggalian data secara mendalam telah dilakukan dan sudah tidak ditemukan lagi data atau informasi yang benar-benar baru, maka datanya telah jenuh. Melihat kedudukan para informan diatas, serta data yang diberikan oleh keduanya sama, maka informasi yang didapat telah mencukupi kebutuhan data penelitian. Dari kedua informan tersebut diharapkan dapat menjawab pertanyaan-pertanyaan dari peneliti mengenai menyeleksi, mengelola, serta melakukan strategi publikasi yang dilakukan oleh pihak Jabar.antaraneews.com.

1.9.4 Teknik Pengumpulan Data

Teknik pengumpulan data dalam penelitian ini diperoleh dengan wawancara, observasi, dan dokumentasi.

1.9.4.1 Wawancara

Pengumpulan data tahap pertama dilakukannya wawancara mengenai bagaimana Jabar.antaraneews.com menyeleksi informasi untuk dijadikan konten berita di media sosial Instagram, bagaimana media Jabar.antaraneews.com memanfaatkan fitur-fitur yang ada di Instagram, dan mengenai bagaimana tingkat interaktifitas dalam Instagram @antarajabar terhadap followers Instagram @antarajabar.

Wawancara adalah teknik pengumpulan data dengan mengajukan pertanyaan kepada narasumber/informan/partisipan sesuai dengan substansi masalah atau pertanyaan penelitian. Menurut Raco (2010) dalam Al-Afghani (2024) juga menyebutkan bahwa wawancara harus dilakukan karena tidak semua data dapat diperoleh melalui observasi. Artinya, dengan melakukan wawancara oleh Pengelola akun media sosial Instagram @antarajabar peneliti dapat memperoleh data atau informasi lebih dari teknik observasi. Wawancara yang sudah direkam disimpan dan dijaga dengan baik, sehingga kualitas suara partisipan tetap terjaga, karena nantinya akan diputar ulang dan didengar berkali-kali oleh peneliti untuk dianalisis.

1.9.4.2 Observasi

Teknik pengumpulan data yang kedua observasi. Peneliti langsung terjun kelapangan untuk mendapatkan data. Proses observasi dapat dimulai dengan identifikasi tempat yang akan diteliti. Pada penelitian ini tempat yang akan dilakukan penelitian tepatnya di kantor media berita Jabar.antaranews.com. Setelah itu dilanjutkan dengan membuat pemetaan, sehingga diperoleh gambaran umum tentang sasaran penelitian. Kemudian, peneliti mengidentifikasi orang yang mengelola akun media sosial Instagram @antarajabar setelah itu juga, peneliti menetapkan dan mendesign cara merekam wawancara tersebut.

1.9.4.3 Dokumentasi

Studi dokumentasi yaitu berupa material yang tertulis dan tersimpan, studi ini dapat berupa memorabilia, korespondensi atau juga dokumen yang berupa audiovisual Raco (2010:111). Dokumen adalah salah satu teknik pengumpulan data-data tambahan dengan menelusuri dokumen yang berkaitan dengan tujuan penelitian melengkapi data penelitian dari observasi dan wawancara. Dokumen pada penelitian ini berupa unggahan konten-konten berita Jabar.antaranews.com di platform Instagram.

1.9.5 Penentuan Keabsahan Data

Teknik penentuan keabsahan data yang digunakan pada penelitian ini adalah Triangulasi, yang diartikan sebagai kegiatan pengecekan melalui beberapa sumber, teknik, dan waktu Mekarisce (2020:150). Berarti peneliti akan melakukan wawancara kembali setelah penelitian dilakukan dan mendapatkan kesimpulan sementara dengan informan atau narasumber, hal ini dilakukan untuk mengecek apakah kesimpulan sementara dari peneliti benar atau tidak. Selanjutnya, jawaban dari informan tersebut dengan data dokumen seperti konten berita yang ada di Instagram @antarajabar tersebut apakah terdapat kesamaan antara keduanya. Jika terdapat kesamaan jawaban maka data yang diperoleh oleh peneliti sudah sah. Jika diperlukan dapat juga menggunakan FGD (*Focus Group Discussion*) yaitu, jika sudah semua informan atau 2-4 wartawan Jabar.antaranews.com yang dibutuhkan selesai diwawancarai lalu dikumpulkan bersama dan berdiskusi.

1.10 Teknik Analisis Data

Analisis data kualitatif adalah data yang mengharuskan agar data dianalisis sejak data pertama didapatkan. Pada awal penelitian, data dianalisis untuk keperluan merumuskan masalah dan fokus penelitian Wijaya dan Helaludin (2019:21). Ketika penelitian berlangsung, analisis dapat dilakukan untuk memperumuskan fokus dan pengecekan keabsahan data. Selanjutnya, pada akhir penelitian, analisis data dilakukan untuk membuat kesimpulan akhir dalam sebuah penelitian. Miles dan Huberman dalam (Iqbal dkk, 2024) menyebutkan bahwa aktifitas dalam analisis data kualitatif dilakukan secara interaktif dan berlangsung secara terus-menerus pada setiap tahapan penelitian sampai tuntas dan datanya didapatkan sampai jenuh. Aktivitas dalam analisis data dibagi menjadi tiga, yaitu data *reduction*, display data, dan *conclusion drawing/verification*.

Jika data yang diperoleh dari lapangan jumlahnya cukup banyak, maka peneliti mencatat secara detail dan rinci. Seperti yang disebutkan di atas dalam perpanjangan pengamatan, yang dimaksudkan agar peneliti dapat memperoleh data yang banyak dan akurat, maka perlu segera dilakukan analisis data melalui teknik reduksi data. Mereduksi berarti merangkum, memilih pokok bahasan yang berhubungan dengan fokus penelitian dan juga mencari tema yang cocok pada penelitiannya. Dengan demikian, data penelitian yang peneliti peroleh akan memberikan gambaran yang jelas, dan mempermudah peneliti untuk melakukan pengumpulan data selanjutnya, dan mencarinya kembali jika diperlukan.

Pada Langkah selanjutnya, setelah mereduksi data dilakukannya mendisplaykan data. Maksud mendisplay data adalah data disajikan dalam bentuk

uraian singkat, grafik, bagan, hubungan antar kategori, dan flowchart. Miles dan Huberman dalam Nuraeni (2020) menyebutkan *“the most frequent form of display data for qualitative research data in the past has been narrative text.”* Artinya, yang paling sering digunakan untuk menyajikan data dalam penelitian kualitatif adalah dengan teks yang bersifat naratif. Sehingga, dengan data display tersebut dapat memudahkan peneliti dalam memahami apa yang terjadi dan merencanakan apa yang selanjutnya akan dilakukan.

Langkah selanjutnya dalam teknik analisis data kualitatif menurut Miles dan Huberman adalah *conclusion drawing/verification* yaitu penarikan kesimpulan dan verifikasi Nuraeni, dkk (2020). Penarikan kesimpulan yang dilakukan di awal, sifatnya masih sementara, dan dapat berubah bila tidak ditemukan bukti-bukti yang kuat yang dapat mendukung tahap pengumpulan data berikutnya. Tetapi, apabila kesimpulan yang dikemukakan di awal didukung oleh bukti yang valid dan konsisten saat peneliti kembali ke lapangan untuk mengumpulkan data, maka kesimpulan yang dikemukakan merupakan kesimpulan yang kredibel.

1.10.1 Reduksi Data

Reduksi data adalah salah satu tahap penting dalam analisis data, terutama dalam metode penelitian kualitatif. Ini melibatkan penyusutan dan penyederhanaan data mentah yang telah dikumpulkan di lapangan agar dapat diolah lebih efisien dan menghasilkan temuan yang lebih jelas dan bermakna. Reduksi data meliputi: (1) meringkas data, (2) menerapkan kode, (3) mengidentifikasi pola tema, (4) menguji temuan penelitian.

1.10.2 Display

Display atau Penyajian Data Tahap lain dalam analisis data kualitatif adalah display data atau penyajian data atau tampilan data. Ini melibatkan pengorganisasian yang terstruktur dari kumpulan data, sehingga dapat dipahami dengan mudah, dan pada akhirnya menghasilkan kesimpulan

1.10.3 Interpretasi atau Penafsiran

Data Interpretasi data adalah proses menganalisis dan menjelaskan makna dari data yang telah dikumpulkan dalam penelitian. Interpretasi ini bertujuan untuk menghubungkan hasil penelitian dengan pertanyaan penelitian, mengidentifikasi melalui penerapan berbagai teknik analisis, peneliti memproses data dan mencapai kesimpulan yang relevan. Proses analisis data membantu peneliti dalam mengelompokkan, mengenali, dan merangkum data guna memberikan jawaban terhadap pertanyaan-pertanyaan penting.

1.10.4 Kesimpulan

Kesimpulan dalam penelitian kualitatif diharapkan menghadirkan temuan yang inovatif dan sebelumnya belum terungkap. Temuan tersebut bisa berupa gambaran baru atau deskripsi dari suatu objek yang sebelumnya ambigu, dan melalui penelitian, menjadi lebih terang. Inti dari kesimpulan ini merupakan respon terhadap pertanyaan-pertanyaan penelitian dan menjadi hasil akhir yang menjelaskan rangkuman keseluruhan penelitian. Dalam konteks penelitian ini, kesimpulan harus didasarkan pada bukti yang kuat, diambil dari data yang

diperoleh langsung dari narasumber, dan tidak dipengaruhi oleh keinginan peneliti.



BAB II

TINJAUAN PUSTAKA

2.1 Teori Re-mediasi

2.1.1 Teori Re-mediasi Dalam Konteks Media Baru

Teori Re-mediasi, yang dikemukakan oleh Jay David Bolter dan Richard Grusin dalam bukunya berjudul *Re-mediation: Understanding New Media* (1999), merupakan pendekatan untuk memahami bagaimana media baru berinteraksi dengan dan merepresentasikan media tradisional. Dalam konteks ini, Re-mediasi tidak hanya mencakup penggantian atau inovasi, tetapi juga proses kompleks yang menciptakan hubungan antara berbagai bentuk media. Re-mediasi didefinisikan sebagai proses di mana media baru berusaha untuk memperbaiki, mengadaptasi, dan mereproduksi elemen-elemen dari media lama. Dalam hal ini, media baru tidak hanya muncul sebagai entitas baru, tetapi juga sebagai produk yang terpengaruh dan terinspirasi oleh media yang telah ada sebelumnya. Salah satu ide utama dalam teori ini adalah konsep "transparansi".

Media baru sering kali berusaha menciptakan pengalaman yang membuat pengguna merasa seolah-olah mereka terlibat secara langsung tanpa adanya perantara yang mengganggu. Dalam pemaknaan yang lebih luas, munculnya media baru pun dapat meremediasi komunikasi-komunikasi antar manusia dalam berbagai konteks. Misalnya, untuk menyampaikan pesan selamat ulang tahun atau selamat merayakan hari raya, maka pesan tersebut bisa disampaikan melalui mediator media baru.

Konsep Re-mediasi dalam media baru merujuk kepada cara di mana media baru mengadaptasi dan mengubah media lama. Menurut Bolter dan Grusin dalam Omar (2012:16), Re-mediasi adalah tentang representasi satu medium dalam medium lain, di mana media baru tidak hanya menyalin konten dari media lama tetapi juga mengubah bentuk dan cara penyampaian informasi tersebut.

Dalam konteks media berita, Re-mediasi dapat dilihat melalui proses di mana berita yang awalnya diterbitkan dalam format cetak diadaptasi untuk platform. Termasuk penggunaan elemen-elemen formal dari media lama, seperti struktur berita dan gaya penulisan, tetapi disesuaikan untuk pengalaman pengguna dalam talian yang lebih interaktif.

Re-mediasi juga melibatkan dua logik utama: logik *immediacy*, yang berusaha untuk memberikan pengalaman yang lebih langsung dan segera kepada pengguna, dan logik *hypermediacy*, yang menekankan kehadiran banyak elemen media yang berbeza dalam satu ruang digital. Kedua-dua logik ini berfungsi secara bersamaan untuk meningkatkan pengalaman pengguna dalam mengakses berita, tetapi juga dapat menciptakan tantangan dalam orientasi dan pemahaman konten dalam ruang *siber*. Secara keseluruhan, konsep Re-mediasi membantu kita memahami bagaimana media baru tidak hanya menggantikan media lama tetapi juga membentuk cara kita berinteraksi dengan informasi dan berita dalam era digital.

Proses komunikasi antar sendiri manusia yang terkendala oleh adanya perbedaan ruang (*space*) dan waktu (*time*) dari komunikator dan komunikan menjadi alasan untuk diciptakannya berbagai media baru. Contohnya, seorang Tenaga kerja Wanita (TKW) yang harus pindah negara untuk datang ke negara lain memerlukan komunikasi dengan keluarganya yang berada di negara asal TKW tersebut. Pada masa-masa sebelum hadirnya internet selain berkomunikasi tatap muka ketika pulang saat libur tiba, proses komunikasi dilakukan dengan mengirim surat tertulis, menelepon melalui telepon kabel/satelit, menitip pesan verbal melalui kenalan yang akan kembali ke negara asal TKW tersebut. Selain kendala perbedaan ruang, ada kendala keterlambatan waktu agar pesan bisa sampai ke penerima.

2.1.2 Asumsi Teori Re-mediiasi

Asumsi teori Re-mediiasi itu intreraktifitas yang mana memiliki ciri dan karakter yang menggabungkan dari yang sudah ada dengan berita yang sama di sajikan dengan cara yang berbeda dari sebelumnya, yang pertama adalah *Immediacy* Instagram berusaha menciptakan pengalaman yang lebih cepat. Dengan fitur visual seperti foto dan video, pengguna diharapkan merasa lebih terhubung dengan berita yang disajikan. Misalnya, foto-foto langsung dari lokasi kejadian atau video wawancara dapat menciptakan kesan kehadiran yang lebih nyata bagi audiens. Lalu ada asumsi yang kedua yaitu *Hyperimediiasi*, yang mana platform Instagram juga ditingkatkan dengan banyaknya fitur yang digunakan dalam penyajian berita (Bolter & Grusin, 2002:31). Penggunaan elemen-elemen seperti *caption*, *hashtag*, dan *stories* dalam setiap pos

menambah dimensi informasi dan menciptakan kesadaran tentang proses media itu sendiri. Misalnya, dengan menambahkan link ke berita lengkap di situs web, akun @antarajabar mendorong audiens untuk lebih mendalami topik yang disajikan.

2.2 Jurnalisme *Online*

Jurnalistik atau *Journalism* berasal dari kata *journal* yang memiliki arti catatan harian, atau catatan mengenai kejadian sehari-hari. *Journal* berasal dari bahasa latin *Diurnalis*, yaitu orang yang melakukan pekerjaan pencatatan Kusumaningrat (2017). Dapat disimpulkan bahwa jurnalistik adalah kegiatan yang dilakukan oleh seseorang untuk mencatat mengenai apa saja yang terjadi didalam kehidupan sehari-hari. Orang yang melakukan kegiatan tersebut saat ini populer di kenal dengan sebutan jurnalis atau wartawan.

Sedangkan, menurut F. Fraser Bond dalam Sumadiria (2006) jurnalistik adalah segala bentuk yang membuat berita dan ulasan mengenai berita sampai pada kelompok pemerhati. Ada pun menurut Roland E. Wolsley jurnalistik merupakan suatu kegiatan pengumpulan, penulisan, penafsiran, pemrosesan, dan penyebaran informasi umum, pendapat pemerhati, hiburan umum secara sistematis dan dapat dipercaya untuk diterbitkan pada surat kabar, majalah, dan disiarkan di stasiun penyiaran.

Richard Craig juga mengatakan bahwa Jurnalisme *Online* adalah proses penyampaian sebuah pesan melalui media internet dengan menggabungkan tulisan, audio, dan video serta memungkinkan pengakses untuk membaca kembali berita yang telah lalu (Craig, 2005 :14).

Di zaman kemajuan berbagai jenis teknologi saat ini, muncul Jurnalistik *Online* (*Online journalism*) yang termasuk ke dalam lingkup kemajuan dalam bidang teknologi komunikasi. Jurnalistik *Online* disebut juga sebagai *cyber journalism*, jurnalistik internet, atau jurnalistik web (*web journalism*) yang merupakan “generasi baru” jurnalistik setelah jurnalistik konvensional. Jurnalisme *Online* tentu terlihat berbeda dengan jurnalisme tradisional yang sudah dikenal sebelumnya, bukan semata-mata karena mengambil venue yang berbeda.

Melainkan karena Jurnalisme *Online* ini di langsunjkan oleh proses Remediasi atau sebuah perluasan media lama menjadi media baru yang mempunyai karakteristik yang berbeda, baik dalam format, isi, maupun mekanisme dan proses hubungan penerbit dengan pengguna atau pembacanya. Jurnalisme *Online* dapat dipahami sebagai keadaan konektivitas atau ketersambungan yang mengacu pada internet atau *world wide web* (*www*).

Jurnalisme *Online* merupakan Bahasa internet yang berarti “informasi dapat diperoleh kapan saja dan dimana saja” selama terhubung dengan jaringan internet atau konektivitas. Seseorang yang ingin mengakses jurnalistik di media sosial harus terlebih dahulu memiliki jaringan internet dan kuota agar dapat terus “*Online* ” atau terus tersambung dalam jaringan tersebut. *Interconnection-networking* atau yang biasa dikenal dengan sebutan internet secara harfiah memiliki arti “jaringan antarkoneksi”.

Internet dipahami sebagai sistem jaringan komputer yang saling terhubung dengan satu sama lain. Karena jaringan itulah, apa yang ada disebuah komputer dapat diakses oleh orang lain melalui komputer lainnya. Internet menghasilkan sebuah media yang dikenal dengan sebutan media *Online*. Dalam media *online* terdapat *Website* atau situs yang merupakan halaman yang mengandung konten (media), termasuk teks, video, audio, dan gambar. *Website* dapat diakses melalui internet dan memiliki alamat internet yang dikenal dengan URL (*Uniform Resource Locator*) yang berawalan *www* atau *http://* (*Hypertext Transfer Protocol*).

Website saat ini juga lebih sering dikenal dengan sebutan media sosial, media sosial berbeda dengan media *Online*. Apabila, Jurnalisme *Online* hanya terhubung melalui internet saja antara individu satu dengan lainnya. Sebagai contoh, terdapat suatu berita di Jurnalisme *Online* yang sedang hangat maka, setiap individu dapat terhubung dengan membaca berita yang sama di dalam media *Online* tersebut. Namun, *views* tidak dapat terjadi komunikasi lebih lanjut dan terkesan membosankan.

Sedangkan, jika melalui media sosial setiap individu dengan individu lain dapat lebih intens terhubung atau berkomunikasi karena, didalam media sosial lebih banyak fitur yang dapat digunakan seperti fitur berteman, mengirim pesan, menulis komentar, dan lainnya. Dari beberapa pengertian diatas dapat didefinisikan bahwa Jurnalisme *Online* sebagai proses penyampaian berita informasi melalui media yang berbasis pada internet seperti *website* (Romli, 2018).

Secara lebih luas Jurnalisme *Online* adalah proses pencarian, peliputan, penulisan, dan penyebar luasan suatu berita informasi yang aktual melalui media massa seperti, Jurnalisme *Online* dan media sosial.

2.2.1 Prinsip Jurnalisme *Online*

Paul Bradshaw dalam Romli (2018) menyebutkan, terdapat lima prinsip dasar Jurnalisme *Online* yang disingkat menjadi B-A-S-I-C, yakni *Brevity*, *Adaptability*, *Scannability*, *Interactivity*, *community*, dan *Conversation*. Pertama, ada keringkasan (*Brevity*) yang memiliki arti bahwanya berita di Jurnalisme *Online* harus ringkas, padat, dan jelas agar mudah dipahami oleh para pembaca.

Tingkat kesibukan para pembaca yang saat ini semakin tinggi diperlukannya penyesuaian waktu untuk membaca agar menjadi lebih cepat mengetahui informasi yang sedang banyak diperbincangkan oleh khalayak. Hal ini juga sesuai dengan karakteristik pada Bahasa jurnalistik yaitu, singkat, ringkas, padat, dan jelas. Meskipun di dalam jurnalistik *Online*, penggunaan Bahasa jurnalistik yang baik dan benar harus tetap dilakukan. Buatlah naskah yang ringkas dan sederhana.

Kedua, Kemampuan Beradaptasi (*Adaptability*) yang berarti seorang wartawan atau jurnalis diharuskan dapat beradaptasi ditengah kebutuhan dan preferensi publik. Dengan adanya kemajuan teknologi, jurnalis dapat menyajikan berita dengan berbagai cara, seperti menggunakan format suara (audio), video, gambar, dan lainnya pada suatu berita.

Saat ini publik ingin mengetahui sebuah informasi berita secara benar, jelas dan rinci, jika hanya sebuah tulisan saja maka berita di hadapan publik menjadi kurang berarti dan menarik, publik ingin melihat sebuah kejadian secara nyata. Maka, seorang jurnalis saat ini di haruskan saat sedang ingin mempublikasikan berita tidak lupa untuk turut menyertakan bukti foto bahkan video untuk memperkuat berita yang di sajikan. Karena jika suatu berita yang dihadirkan lengkap dengan gambar, video, bahkan audio maka publik akan lebih percaya dan puas karena mereka menganggap telah mendapat berita secara sangat jelas meski hanya menggunakan telepon genggam saja.

Ketiga, dapat dipindai (*scannability*) yaitu, untuk memudahkan para pembaca, situs-situs terkait dengan Jurnalistik *Online* sebaiknya memiliki sifat dapat dipindai, agar pembaca tidak perlu merasa terpaksa dalam membaca informasi atau berita. Dipindai disini memiliki arti bahwa situs berita pada Jurnalisme *Online* bisa mudah diakses melalui medium apa saja contoh, *handphone* atau laptop. Jika para pembaca dapat membaca melalui medium apa saja, dimana saja, dan kapan saja maka ini sangat mempermudah persebaran berita kepada banyak khalayak. selain itu karena dapat dipindai dengan mudah diberbagai medium juga menjadi keuntungan yang besar bagi perusahaan media karena memperoleh pendapat bukan hanya dari satu medium saja.

Keempat, Interaktivitas (*Interactivity*) atau Komunikasi dari publik kepada jurnalis dalam Jurnalisme *Online* sangat di mungkinkan dengan adanya akses yang semakin luas. Akses komunikasi interaksi saat ini sangat mudah terjadi di dalam Jurnalisme *Online* karena adanya fitur komentar yang tersedia. Karena hal tersebut, para audiens atau pembaca dapat langsung memberikan komentar terkait berita yang sudah di bagikan tersebut dan dapat dilihat langsung oleh jurnalis. Pembaca (*viewer*) dibiarkan menjadi pengguna (*user*).

Hal ini sangat penting karena semakin audiens merasa dirinya dilibatkan, maka mereka akan semakin merasa dihargai pula dan senang membaca berita yang ada. Adanya interaksi dengan para audiens juga menjadi tolak ukur apakah berita yang di sajikan itu menarik atau tidak dan menjadi acuan agar seorang jurnalis dapat menulis berita yang lebih baik lagi.

Kelima, Komunitas dan Percakapan (*Community and Conversation*) Jurnalisme *Online* memiliki peran sebagai penjaring komunitas yang lebih besar daripada media konvensional atau media cetak lainnya. Agar terus memiliki pengguna dan pembaca setia, jurnalis Jurnalisme *Online* harus menghargai para pembaca dengan cara memberi jawaban atau timbal balik kepada publik sebagai sebuah balasan atas interaksi yang telah dilakukan publik sebelumnya.

2.2.2 Karakteristik Jurnalisme *Online*

Perbedaan utama jurnalistik *online* dengan jurnalistik tradisional seperti media cetak, televisi, dan radio adalah mediumnya, kecepatan, kemudahan akses, dapat di update dan di hapus kapan saja, dan adanya interaksi dengan pembaca atau *user*. Jurnalistik *Online* juga tidak mengenal deadline atau tenggat waktu sebagaimana yang dikenal pada media cetak. Deadline bagi jurnalistik *online* dalam pengertiannya “publikasi paling lambat” adalah “beberapa menit bahkan detik” setelah kejadian berlangsung. Secara sederhana jurnalistik *online* harus dapat mempublikasikan berita setelah suatu kejadian telah berlangsung lalu langsung di tulis dan di sajikan kepada khalayak, jangan sampai publik menunggu. Saat publik mencari berita yang sedang hangat di internet maka sebuah berita sudah harus tersaji.

Jurnalistik *online* juga dicirikan sebagai praktik jurnalistik yang mempertimbangkan beragam format media (multimedia) untuk menyusun isi liputan, menyebarkanluaskannya pada khalayak serta memungkinkan terjadinya interaksi antara jurnalis dengan para pembaca dan menghubungkan berbagai elemen berita dengan sumber-sumber *online* lainnya.

Kemampuan interaktivitas jurnalistik *online* dianggap dapat menjatuhkan aturan lama dalam tradisi jurnalistik, bahwa “kebenaran faktual” terletak pada praktik jurnalistik karena hanya wartawan yang mengetahui dan dapat memutuskan informasi seperti apa yang sedang

dibutuhkan oleh khalayak. Kebenaran faktual, objektivitas, dan imparsialitas tidak lagi dibangun hanya di dalam ruang editor saja, melainkan dipertukarkan antara jurnalis dan publik.

Mike Ward dalam Romli (2018) juga menyebutkan beberapa karakteristik dari jurnalistik *online* sekaligus membedakannya dengan media konvensional yakni, *Immediacy*, *Multiple Pagination*, *Multimedia*, *Flexibility Delivery Platform*, *Archiving*, *Relationship with reader*.

Pertama, *Immediacy*: kesegaraan (berita hangat yang baru saja terjadi) dan kecepatan penyampaian informasi. Televisi dan radio juga dapat menyampaikan berita dengan cepat, namun biasanya harus “menginterupsi” acara yang sedang berlangsung (*breaking news*). Sedangkan jurnalistik *online* tidak demikian. Tiap menit, bahkan detik pun sebuah berita dapat diposting.

Berita yang dimuat dalam jurnalistik *online* dapat ditulis dan dipublikasikan oleh jurnalis dimana saja dan kapan saja, hal itu yang menyebabkan jurnalistik memiliki kecepatan posting yang luar biasa dan didalam jurnalistik *online* kecepatan menjadi salah satu keunggulan karena, media yang dapat menyuguhkan informasi secepat mungkin sehingga khalayak dapat mengetahui informasi dengan sesegera mungkin tanpa harus menunggu waktu sehari-hari.

Kedua, *Multiple Pagination*: bisa berupa ratusan *page* atau halaman, terkait satu sama lain, juga bisa dibuka tersendiri (*new page* atau *new*

window). Jika, di dalam jurnalistik *online* tidak dibatasi panjang tulisan atau panjang halaman selama tulisan itu belum selesai maka diperbolehkan mau sebanyak apapun. Berbeda dengan jurnalistik konvensional seperti media cetak yang di batasi panjang tulisannya dan jumlah halamannya. Hal itu terjadi karena jurnalistik cetak harus melalui proses panjang sebelum sebuah berita dapat dipublikasikan. selain proses panjang yang memakan waktu lama, biaya produksi yang besar juga menjadi salah satu alasan mengapa media cetak dibatasi jumlah tulisan dan halamannya.

Ketiga, Multimedia: Karakteristik jurnalistik *online* berbeda dengan jurnalistik konvensional seperti media cetak dan radio. Karakteristik multimedia yang dimiliki Jurnalistik *online* yakni, jurnalistik *online* baik media *online* mau pun media sosial dapat menyuguhkan berita kepada publik dengan menggabungkan berbagai format sekaligus baik teks, gambar, audio, video, bahkan grafis sekaligus secara bersamaan. Berbeda dengan media cetak yang hanya dapat menyajikan teks saja dan radio yang hanya dapat menyiarkan suara atau audio saja.

Keempat, *Flexibility Delivery Platform*: karakteristik satu ini masih berkaitan dengan kecepatan publikasi berita pada jurnalistik *online*. Karakteristik ini memberitahu bahwa wartawan atau jurnalis dapat menulis berita dimana saja dan kapan saja, bahkan ditempat tidur sekalipun. Karena jurnalistik *online*, maka publikasi berita dapat melalui internet dan internet ada di mana saja selama masih terhubung dengan sinyal. Sedangkan, jurnalistik konvensional harus melalui banyak tahap seperti media cetak

misalnya, harus menentukan layout rubrikasi lalu mencetaknya yang tidak dapat dilakukan dimana saja, lalu ada radio, wartawan harus datang ke ruang siaran, dan televisi, wartawan harus datang ke studio siaran untuk melakukan siaran kepada publik.

Kelima, *Archiving*: tersipkan, dapat dikelompokkan berdasarkan kategori (rubrik) atau kata kunci (*keyword, tags*), dan juga tersimpan dalam waktu yang lama dan dapat diakses kapanpun. Berita yang sudah dipublikasikan di dalam media sosial atau *online* akan tersimpan dan tersip dengan rapih selamanya di dalam internet. Hal itu sesuai dengan pengertian jejak digital, jejak digital merupakan segala informasi yang ditinggalkan di internet. Biasanya tanpa sadar pengguna internet akan meninggalkan jejak digitalnya.

Jejak digital sangat mudah diakses oleh banyak orang dalam waktu yang singkat dan jejak digital hal yang paling sulit untuk dihapus. Selain itu mesin pencarian di internet sudah mengelompokkan kata kunci suatu berita jadi, saat kita ingin mencari tahu berita yang sedang hangat maka kita tinggal tulis kata kuncinya dan semua berita mengenai hal tersebut langsung di sajikan secara lengkap di dalam internet.

Keenam, *Relationship with reader*: menjalin kontak atau interaksi dengan para pembaca dapat “langsung” saat itu juga melalui kolom komentar dan lain-lain. Jurnalistik *online* seperti di dalam media sosial sudah terdapat fitur komentar, dimana jika jurnalis mempublikasikan berita

di laman media sosialnya maka banyak pembaca yang dapat langsung memberikan komentar di postingan berita tersebut. Jurnalis pun juga dapat membalas komentar dari audiens. Itulah yang disebut juga dengan *relationship with reader* atau hubungan dengan para pembaca.

Berbeda dengan Mike Ward, karakteristik jurnalistik *online* yang dikemukakan oleh James C. Foust dalam Romli (2018) terdiri dari, *Audience Control*, *Nonlinearity*, *Storage and Retrieval*, *Unlimited Space*, *Immediacy*, *Multimedia Capability*, dan *Interactivity*.

Yang pertama *Audience Control*: audiens atau pembaca dapat lebih leluasa dalam memilih berita yang mereka sukai hanya dengan menggunakan jari, mouse, atau cursor dan mengklik link judul berita yang ingin dilihat. Jika di media cetak seperti koran, pembaca hanya dapat membaca berita yang disajikan oleh koran tersebut dan tidak dapat memilih berita apa yang ingin ia baca. Tetapi, berbeda dengan jurnalistik *online* semua berita dapat dicari dan di akses dengan mudah menggunakan medium *handphone* atau laptop saja yang sudah terhubung dengan jaringan internet.

Kedua, *Nonlinearity*: tiap berita yang disampaikan dapat berdiri sendiri atau tidak berurutan. Berita yang disajikan di dalam jurnalistik *online* tidak berhubungan dengan berita lainnya. Sehingga audiensi tidak perlu membaca rangkaian berita lainnya untuk memahami permasalahan yang dibahas.

Ketiga, *Storage and Retrieval*: berita atau informasi itu sudah dengan otomatis diarsipkan sehingga dapat kembali diakses dengan mudah kapan saja. Sebuah berita yang dipublikasikan melalui media *online* atau media sosial sudah masuk ke dalam jejak digital di dalam internet maka, berita tersebut sudah secara langsung tersimpan secara permanen di laman tersebut. Jadi, jika pembaca ingin membacanya lagi cukup buka kembali laman *website* berita tersebut. Berbeda dengan media cetak atau radio yang tidak langsung tersip dengan rapih dan tidak dapat di akses dengan mudah berulang kali.

Keempat, *Unlimited Space*: di dalam jurnalistik *online* memungkinkan sebuah berita ditulis jauh lebih lengkap dan detail karena tidak dibatasi baik dari jumlah kata maupun jumlah halaman. Hal ini tentu sangat berbeda jika dibandingkan dengan media konvensional lainnya seperti radio dan televisi yang durasi tayangnya dibatasi atau koran yang jumlah halamannya juga dibatasi. Tentu ini menjadi salah satu keunggulan yang dimiliki oleh media massa *online* dan menjadi daya tarik bagi para pembaca. Karena pembaca lebih banyak mendapat informasi secara lengkap melalui media *online*.

Kelima, *Immediacy*: Jurnalistik *online* sudah dikenal dengan kecepatannya dalam mempublikasikan sebuah berita. Kesegaraan, cepat, dan langsung adalah karakteristik yang tidak dimiliki oleh jurnalistik konvensional. Jurnalistik *online* dituntut untuk mendapatkan, menulis, dan menyebarluaskan berita secara langsung dengan cepat kepada khalayak

luas. Saat ini masyarakat cenderung mencari dan mendapatkan berita secara cepat melalui media *online* dan media sosial. Oleh karena itu jurnalistik *online* harus lebih cepat satu Langkah dari media konvensional lainnya agar terus dapat bersaing dengan media lainnya.

Keenam, *Multimedia Capability*: dapat menyertakan teks, suara, gambar, video dan komponen lainnya didalam berita. Jika media massa seperti radio hanya mengandalkan audio saja dalam proses penyampaian beritanya dan koran hanya menggunakan teks saja dalam proses penyampaian beritanya. Berbeda dengan jurnalistik didalam media *online* yang dapat menggunakan berbagai cara dalam penyampaian beritanya kepada khalayak. Media *online* dapat menggabungkan baik teks, audio, gambar, video menjadi satu dalam menyiarkan beritanya. Tentu saja hal ini sangat memudahkan para pembaca dalam memahami suatu berita atau kejadian yang sedang terjadi.

Ketujuh, *Interactivity*: memungkinkan adanya peningkatan partisipasi pembaca seperti penyediaan kolom komentar dan fasilitas share ke media sosial, umumnya seperti facebook dan twitter. Saat ini media *online* sudah melebarkan medium persebaran berita ke dalam media sosial, media sosial dipilih menjadi medium persebaran berita bukan karena tanpa alasan. Alasan utama saat ini media sosial dijadikan salah satu alat persebaran berita karena tingginya tingkat penggunaan media sosial oleh masyarakat khususnya di Indonesia. Di dalam media sosial tersebut terdapat fitur share atau bagikan, karena fitur tersebut maka persebaran berita dari satu media

ke media lain menjadi sangat mudah dan cepat dan tentu saja dapat menjaring pembaca lebih banyak dan para perusahaan media tersebut juga mendapat lebih banyak keuntungan.

Meskipun terdapat beberapa perbedaan karakteristik jurnalistik *online* yang dikemukakan oleh Mike Ward dan James Fost tetapi pada dasarnya lebih banyak memiliki kesamaan. Karakteristik utama jurnalisme *online* yaitu, berita yang dimuat dan dipublikan harus berita yang sedang banyak dibicarakan khalayak atau baru saja terjadi, dalam proses persebaran beritanya harus dilakukan secara cepat. dan jurnalistik di dalam media *online* dapat menggunakan berbagai fitur dalam mengemas beritanya seperti audio visual, teks, gambar, video, infografis, dan lainnya sebagainya.

Rey G. Rosales (2006) juga mengemukakan beberapa karakteristik dalam jurnalistik *online*. Jurnalistik *online* memiliki elemen multimedia dalam pemberitaannya, meliputi dasar (*basic*) dan *advance*. Elemen dasar karakteristik jurnalistik yakni, judul (*headline*), isi (*text*), gambar atau foto (*picture*), grafis seperti ilustrasi dan logo, serta link terkait (*related link*). *Elemen advance* meliputi elemen dasar ditambah audio, video, *slide show*, animasi, *interactive feature (timeline, map)*, dan *interactive game*.

Pertama, *headline* yaitu judul berita yang ketika di klik akan membuka tulisan secara lengkap dengan memiliki halaman tersendiri. *Headline* juga memiliki arti suatu deskripsi singkat yang membantu media menginfokan sebuah berita utama yang sedang hangat kepada khalayak luas. *Headline*

biasanya memiliki unsur kata yang menarik dan membuat penasaran, hal ini dilakukan agar menyita banyak perhatian dan dibaca oleh para audiens.

Kedua, teks atau tulisan, suatu berita yang ada di dalam media *online* dapat secara utuh ada di dalam satu halaman atau bisa saja terpisah ke dalam beberapa tautan link lainnya. Hal itu dilakukan agar media yang mempublikasikan berita tersebut mendapat banyak keuntungan dari link yang diklik oleh para pembaca. Atau pun berita yang ditulis sangat panjang jadi satu halaman tidak memungkinkan, maka ada tambahan halaman yang terpisah.

Ketiga, *picture* atau gambar, gambar disini memiliki peran sebagai penguat dan pelengkap dalam berita yang disajikan kepada publik. Jika ada gambar atau foto dalam suatu pemberitaan maka, itu meningkatkan daya tarik bagi para pembaca. Tidak hanya itu, foto ini juga penting untuk memperkuat bukti kejadian dalam berita yang disampaikan. Fungsi lain dari foto jurnalistik adalah untuk memberikan informasi, meyakinkan, dan juga untuk menghibur para pembaca. Foto jurnalistik juga berbeda dengan foto pada umumnya. Foto jurnalistik lebih menekankan pada menangkap suatu peristiwa serta menghasilkan foto yang memiliki nilai berita.

Keempat, *Ghrpic* atau grafis, dalam jurnalistik *online* grafis bisanya berupa logo, gambar, atau ilustrasi yang berkaitan dengan berita yang disampaikan. Grafik multimedia dengan cepat menjadi metode penceritaan yang populer karena mereka menawarkan penggambaran peristiwa atau

proses yang lebih benar dan menarik. Terdapat dua perspektif dalam grafik informasi yakni, pertama terlepas dari format publikasi, cetak atau digital, grafik informasi secara umum dibagi menjadi tiga kategori: bagan, dan diagram. Kedua, ketika bagan, dan diagram berpindah ke dalam *Web*, animasi, navigasi, interaktivitas yang ditingkatkan, dan kombinasi multimedia telah menciptakan klasifikasi baru: instruktif, simulasi, narasi, permainan jurnalistik, dan visualisasi data.

Kelima, *related link* atau link terkait, di dalam jurnalistik *online* terdapat fitur tulisan terkait yang menambah informasi dan penambahan wawasan bagi para pembaca, biasanya link terkait bacaan selanjutnya terdapat di akhir tulisan atau di samping kalimat. Tulisan terkait adalah sebuah berita informasi tambahan yang tidak tertulis pada halaman sebelumnya.

Keenam, audio yang berupa suara, musik, atau rekaman suara yang berdiri sendiri atau digabungkan dengan *slide show* atau video. Sebenarnya jurnalistik audio bukan suatu hal yang baru, jurnalistik audio sudah digunakan oleh radio dan juga televisi. Namun, pada jurnalistik *online* menambah dimensi lain pada audio (dan video) yang belum pernah ada sebelumnya. Sekarang audio digunakan dengan lebih luas dapat digabungkan dengan format lainnya untuk mendukung penyajian berita agar lebih menarik.

Ketujuh, ada video dalam jurnalistik *online*, tidak jauh berbeda dengan foto. Video juga memiliki peran sebagai penguat dalam penulisan berita yang disajikan oleh suatu media. Jika dalam suatu berita juga ditambahkan dengan video pendukung maka, berita tersebut dapat lebih kredibel dan dapat dipercaya oleh publik. Selain itu video dalam jurnalistik *online* saat ini juga dapat menjadi sebuah hiburan bagi pembaca karena dapat memperoleh suatu berita dengan format yang lebih luas, tidak monoton dan membosankan.

Kedelapan, *slide shows* yang berarti koleksi foto yang lebih mirip galeri gambar yang biasanya disertai dengan keterangan foto. Beberapa *slide shows* juga bisa disertai dengan suara. Terdapat *slide shows* foto-foto hasil dari jepletan para jurnalis yang ditayangkan di media *online* atau pun media sosial. Contohnya di dalam media sosial Instagram dan TikTok terdapat fitur *slide show* yang bisa digunakan sebagai format penyajian berita yang informatif dan menarik.

Kesembilan, Animation atau animasi, penggunaan animasi dalam jurnalistik *online* adalah bentuk perluasan format media massa, hal itu sesuai dengan pendapat dari Bardeel dan Deuz dalam Adzkia, (2015) yang sepakat bahwa konvergensi memunculkan beragam format atau multimedia pemberitaan. Multimedia yang dimaksud meliputi teks atau tulisan, video, gambar, animasi atau infografis. Sebuah pemberitaan yang dikemas menggunakan animasi dapat meningkatkan daya tarik karena format animasi terlihat lebih santai dan menghibur.

Terakhir, *interactive features* dan *interactive games*, keduanya adalah grafis yang sengaja didesain untuk membantu dan menjalin interaksi dengan para pengguna (*user*), mencangkup seperti peta lokasi (*maps, google maps*) dan juga games atau permainan yang dapat dimainkan oleh *user* (*play the news*).

Perbedaan utama Jurnalistik *Online* dengan jurnalistik tradisional seperti media cetak, televisi, dan radio adalah mediumnya, kecepatan, kemudahan akses, dapat di *update* dan di hapus kapan saja, dan adanya interaksi dengan pembaca atau user. Jurnalistik *Online* juga tidak mengenal deadline atau tenggat waktu sebagaimana yang dikenal pada media cetak. *Deadline* bagi Jurnalistik *Online* dalam pengertiannya “publikasi paling lambat” adalah “beberapa menit bahkan detik” setelah kejadian berlangsung. Secara sederhana Jurnalistik *Online* harus dapat mempublikasikan berita setelah suatu kejadian telah berlangsung lalu langsung di tulis dan di sajikan kepada khalayak, jangan sampai publik menunggu. Saat publik mencari berita yang sedang hangat di internet maka sebuah berita sudah harus tersaji.

Jurnalistik *Online* juga dicirikan sebagai praktik jurnalistik yang mempertimbangkan beragam format media (multimedia) untuk menyusun isi liputan, menyebarkannya pada khalayak serta memungkinkan terjadinya interaksi antara jurnalis dengan para pembaca dan menghubungkan berbagai elemen berita dengan sumber-sumber *online* lainnya. Kemampuan interaktivitas Jurnalistik *Online* dianggap dapat

mejatuhkan aturan lama dalam tradisi jurnalistik, bahwa “kebenaran faktual” terletak pada praktik jurnalistik karena hanya wartawan yang mengetahui dan dapat memutuskan informasi seperti apa yang sedang dibutuhkan oleh khalayak. Kebenaran faktual, objektivitas, dan imparsialitas tidak lagi dibangun hanya di dalam ruang editor saja, melainkan dipertukarkan antara jurnalis dan publik.

2.3 Media Sosial

2.3.1 Definisi Media Sosial

Media sosial dapat didefinisikan sebagai platform digital yang memungkinkan pengguna untuk berinteraksi, berkolaborasi, berbagi informasi, dan membangun hubungan sosial secara virtual. Menurut Van Dijk dalam Rulli (2017:11) media sosial adalah platform media yang memfokuskan pada eksistensi pengguna yang memfasilitasi mereka dalam beraktivitas maupun berkolaborasi. Karena itu, media sosial dapat dilihat sebagai medium (fasilitator) *online* yang menguatkan hubungan antar pengguna sekaligus sebagai sebuah ikatan social. Dalam konteks ini, media sosial berfungsi sebagai lingkungan di mana realitas sosial terjadi dan pengguna dapat berinteraksi melintasi ruang dan waktu. Beberapa karakteristik utama dari media sosial termasuk jaringan sosial, kemampuan untuk berbagi informasi, interaksi antar pengguna, dan konten yang dihasilkan oleh pengguna (*user-generated content*).

Pendapat serupa juga disampaikan oleh Carr dan Hayes (2015:6), media sosial merupakan platform berbasis internet yang memungkinkan penggunanya untuk berinteraksi, berbagi, dan menciptakan konten. Mereka menjelaskan

bahwa media sosial merupakan saluran komunikasi massa personal, yang berarti media ini tidak hanya memungkinkan komunikasi dalam skala besar, tetapi juga bersifat lebih personal dan interaktif antar individu. Keberadaan media sosial memberikan ruang bagi penggunanya untuk terhubung satu sama lain, baik dalam bentuk percakapan, berbagi informasi, maupun membentuk komunitas virtual yang memiliki kepentingan atau hobi yang sama.

Nilai utama dari media sosial terletak pada konten yang dihasilkan oleh penggunanya itu sendiri. Konten yang diproduksi oleh individu atau kelompok menjadi inti dari keberlanjutan dan daya tarik media sosial, karena semakin banyak konten yang relevan, menarik, dan bermanfaat, semakin besar pula keterlibatan dan interaksi antar pengguna. Oleh karena itu, media sosial tidak hanya berfungsi sebagai alat komunikasi, tetapi juga sebagai platform yang memungkinkan terciptanya ekosistem digital yang dinamis dan terus berkembang, berdasarkan kontribusi aktif dari penggunanya.

Sedangkan menurut Rao dan Kalyani (2022:2) Media sosial adalah platform yang digunakan oleh individu untuk membangun jaringan sosial atau hubungan sosial dengan orang lain yang memiliki minat, aktivitas, latar belakang, atau koneksi kehidupan nyata yang serupa. Media sosial memungkinkan pengguna untuk berinteraksi, berbagi informasi, dan berkomunikasi dengan orang lain di seluruh dunia, tanpa batasan geografis atau agama.

Lebih lanjut, media sosial juga memberikan kebebasan kepada penggunanya untuk berbagi informasi, berkomunikasi, dan berinteraksi tanpa batasan geografis atau agama. Keunggulan ini memungkinkan individu untuk saling bertukar ide, pandangan, atau pengalaman dengan orang-orang di seluruh dunia. Media sosial, oleh karena itu, tidak hanya menjadi sarana komunikasi, tetapi juga sebuah ruang global yang mendorong kolaborasi dan pemahaman lintas budaya secara *real-time*.

Menurut Puspitarini dan Nuraeni (2019:3) Media sosial merupakan sebuah medium di internet yang memungkinkan penggunanya untuk merepresentasikan diri, berinteraksi, berkolaborasi, berbagi informasi, dan membentuk ikatan sosial secara virtual. Media sosial juga memfasilitasi pengguna untuk melakukan komunikasi dengan pengguna lain, serta berbagi konten seperti teks, gambar, dan video.

Oleh karena itu, definisi yang sudah di paparkan media sosial adalah platform digital yang memungkinkan pengguna untuk berinteraksi, berkolaborasi, berbagi informasi, dan membangun hubungan sosial secara virtual, juga disebutkan bahwa media sosial merupakan sebuah medium di internet yang memungkinkan penggunanya untuk merepresentasikan diri, berinteraksi, berkolaborasi, berbagi informasi, dan membentuk ikatan sosial secara virtual. Namun terkait definisi media sosial merupakan sebuah medium tidak relevan karena sifatnya medium terbatas sedangkan media sosial saat ini membentuk cara kita berinteraksi. Hal ini linear dengan pendapat Fachrurroji (2024:26) yang memaparkan bahwa, interaksi sosial merupakan ekspresi paling

otentik dari praktik Sosial-kebudayaan, media sosial tidak hanya berfungsi sebagai media dalam arti perantara (medium), tetapi juga sebagai lingkungan (platform).

2.3.2 Karakteristik Media Sosial

Definisi media sosial dari para ahli, seperti yang dirangkum oleh Nasrullah (2015). Menurut Mandibergh (2012), media sosial adalah media yang mewadahi kerja sama di antara pengguna yang menghasilkan konten (*user-generated content*). Secara sederhana media sosial adalah wadah bagi para citizen journalism (jurnalistik warga) untuk menghasilkan sebuah konten berita. Konten Buatan Pengguna sesuai dengan namanya merupakan konten media yang mulai dari pra produksi, produksi, hingga proses publikasinya dilakukan oleh masyarakat biasa atau bukan jurnalis profesional menurut Shirky (2008), media sosial dan perangkat lunak sosial merupakan alat untuk meningkatkan kemampuan pengguna untuk berbagi (*to share*), bekerja sama (*to co-operate*) di antara pengguna dan melakukan tindakan secara kolektif yang semuanya berada di luar kerangka institusional serta organisasi.

Media sosial juga dapat dikatakan sebagai media yang mewadahi orang-orang yang memiliki kesamaan dalam menyukai suatu hal dan membentuk suatu kelompok untuk berbagi informasi, bekerja sama untuk mencapai keinginan. Namun, kelompok ini bukanlah kelompok resmi yang memiliki struktur organisasi. Selanjutnya, definisi media sosial menurut Boyd (2009) menjelaskan media sosial merupakan kumpulan perangkat lunak yang

memungkinkan individu dan komunitas untuk berkumpul, berbagi, berkomunikasi, serta dalam kasus tertentu saling berkolaborasi atau bermain.

Media sosial memiliki kekuatan pada *user-generated content*. Ketika sebuah konten dihasilkan oleh pengguna, bukan oleh editor sebagaimana di institusi media massa. Kini, berkat Jurnalistik *Online* setiap orang bisa menjadi wartawan (*everyone can be journalist*) yang dikenal dengan konsep citizen journalism (jurnalistik warga). Menurut (Van Dijk, 2013), media sosial merupakan sebuah platform media yang memfokuskan pada eksistensi pengguna yang memfasilitasi mereka, baik dalam beraktivitas dan juga berkolaborasi. Karena hal tersebut, media sosial dapat dilihat sebagai medium (fasilitator) *online* yang menguatkan hubungan antarpengguna sekaligus sebagai sebuah ikatan sosial.

Banyaknya fitur menarik yang ada di mediasosial adalah fasilitas yang diberikan oleh media sosial itu sendiri kepada para penggunanya agar mereka terus menggunakan media sosial tersebut. Jika sebuah media sosial terus digunakan oleh audiens maka akan lebih banyak keuntungan dibidang ekonomi yang diperoleh oleh perusahaan media sosial tersebut. Karena itu, saat ini banyak perusahaan media sosial berlomba-lomba meluncurkan fitur yang dapat menarik perhatian khalayak luas. Selain itu, menurut Mieke dan Young (2012), mengartikan kata media sosial sebagai konvergensi antara komunikasi personal dalam arti saling berbagi di antara individu (*to shared one-to one*) dan media publik untuk berbagi kepada siapa saja tanpa ada kekhususan individu. Media sosial atau media publik, disini dikatakan sebagai wadah atau alat untuk

melakukan komunikasi dari satu individu kepada individu lainnya tanpa terkecuali.

Menurut Nasrullah (2015), medium di internet yang memungkinkan pengguna merepresentasikan dirinya maupun berinteraksi, berbagi, bekerja sama, berkomunikasi dengan pengguna lainnya, dan memberikan ikatan sosial secara virtual. Media sosial disini juga dikatakan sebagai alat untuk mengekspresikan diri karena didalam media sosial kita dapat bebas melakukan apa saja selagi itu kegiatan yang positif seperti, menulis berita yang informatif kecuali tulisan yang memiliki unsur SARA. Selain itu, di dalam media sosial kita juga dapat merasa dekat dengan berkomunikasi secara intens dan berbagi informasi penting dengan orang lain yang sebenarnya kita tidak dekat bahkan tidak saling kenal secara langsung sebelumnya.

Menurut Sumadiri (2020) ada beberapa karakteristik dari media sosial, yakni sebagai berikut: Pertama, Media lunak jaringan berbasis internet: Secara umum, semua jenis kanal atau saluran (*channel*) yang berada di internet atau hanya dapat diakses melalui koneksi internet disebut sebagai Jurnalisme *Online* atau media dalam jaringan (*online*). Tanpa internet tidak akan ada media sosial. Susah sinyal internet, maka susah pula berkomunikasi dan berbagi dalam media sosial. Dalam Bahasa konstruksi, internet adalah pondasi utama sebuah media sosial.

Kedua, Komunikator (pengguna) bersifat personal dan subjektif: Dalam ilmu komunikasi, terdapat dua kategori pembicara atau komunikator

(*speaker*): komunikator individu (*personal*) dan komunikator melembaga (*institutional*). Dalam media sosial, hanya dikenal komunikator individu (*personal*). Komunikator individu yang ada di dalam media sosial biasa juga disebut sebagai pengguna (*user*). Jika seorang individu sudah biasa menggunakan atau bermain media sosial maka, ia disebut juga sebagai warga internet (*warganet*) atau netizen (*citizen of net*). Karena bersifat *personal* subjektif dan *noninstitutional*, dalam media sosial tidak terdapat pengawasan internal (*self censorship*). Jadi semuanya tergantung pada tiap individu yang menggunakan media sosial tersebut.

Ketiga, Materi isi pesan (*content*) dibuat, diterima, dikirim, dan diperbarui seketika: Setiap *content* yang ada di dalam media sosial dapat langsung diterima, disimpan, diedit, dihapus, diperbanyak, dikirim, diunggah (*upload*), serta disebarluaskan secara seketika dan serentak. Keempat, Pesan tersebar sangat cepat dan serentak tanpa mengenal hanya batas territorial: Dalam media konvensional, seperti media cetak surat kabar dan majalah, atau media massa penyiaran radio dan televisi, pesan tersebar dalam lingkup wilayah tertentu dan waktu yang diperlukannya juga cukup lama sampai berita informasi itu sampai kepada khalayak. Namun, berbeda dengan media sosial. Pesan sejak diunggah sampai tersebar global ke seluruh dunia hanya membutuhkan waktu sepersekian detik saja.

Kelima, Khalayak sasaran tersebar secara global, anonim, dan heterogen: Khalayak sasaran media sosial, selain tersebar secara global di seluruh penjuru dunia, juga bersifat anonim dan heterogen. Anonim, kita tidak

mengenal siap pembaca atau penonton pesan yang kita publikasikan di media sosial kita, kecuali anggota keluarga atau teman yang berteman di dalam media sosial tersebut. Heterogen, berarti khalayak sasan media sosial berasal dari latar belakang yang berbeda. Keenam, Bersifat interaktif karena umpan balik seketika dan langsung (*direct feedback*): Umpan balik (*feedback*) dalam proses komunikasi media massa tidak bisa seketika, tetapi tertunda (*delayed feedback*).

Terdapat dua frasa yang berbeda konotasi dan urgensinya yaitu, umpan balik seketika dan bersifat langsung. Maksud dari seketika, merujuk pada proses pengiriman umpan balik pesan dari pengguna dan terjadi saat itu juga (*real time*) tanpa tertunda dalam hitungan jam atau hari seperti pada surat kabar dan majalah. Lalu, kata langsung memiliki arti, respons umpan balik dalam bentuk pernyataan, persetujuan, penolakan, komentar, tanggapan, sanggahan, dukungan, tidak diwakilkan kepada orang lain. Ketujuh, Terhubung dengan media atau sumber-sumber lain secara bebas: Sebuah pesan atau informasi apa pun yang terdapat di dalam media sosial dapat langsung disimpan, diedit, direproduksi, dan dipublikasikan ke pihak lain atau media lain dengan cara menyertakan alamat situs yang bersangkutan kepada alamat baru yang dituju.

Kedelapan, Memiliki kapasitas ruang penyimpanan informasi dan bank data tak terbatas: Jurnalisme *Online* tidak dibatasi halaman atau waktu (durasi), Jurnalisme *Online* dapat memublikasikan berita, informasi, pesan, atau konten apa pun sebanyak-banyaknya. Berita yang tersaji juga tersimpan atau terdokumentasikan dengan baik dan dapat diakses kapan saja melalui kontak pencarian (*searchbox*). Kesembilan, Derajat kebenaran (validitas), objektivitas,

dan akurasi pesan informasi yang dipublikasikan sangat rendah: Singkatnya, kita dapat menyimpulkan bahwa derajat validitas, objektivitas, dan akurasi pesan yang ada di media sosial sangat rendah karena media sosial tidak memiliki atau tidak disertai dengan sistem mekanisme verifikasi atau pengecekan, serta tidak dilengkapi dengan mesin penedeteksi kebenaran fakta-fakta yang dipublikasikan oleh para pengguna (*fact objective engine detector*).

2.3.3. Instagram Sebagai Media Sosial

Layanan media sosial yang digunakan masyarakat Indonesia sangat beragam, dalam penggunaanya dan kepopuleranya hanya beberapa media yang digemari dan menjadi media sosial yang paling banyak diakses salah satunya Instagram. Kepopuleran Instagram sebagai media sosial yang digunakan masyarakat ini dikarenakan banyak kemudahan dan fitur yang menarik bagi penggunanya. Kemudahan Instagram sebagai media sosial adalah dapat diakses diberbagai perangkat baik android, IOS bahkan di perangkat laptop. Fitur dalam Instagram yang menarik salah satunya adalah pengguna dapat menggunakan ribuan filter foto yang dapat mengubah warna bahkan mengubah tampilan video. Kepopuleran media Instagram di Indonesia dapat dilihat dari jumlah pengunduhan media sosial ini. Usia yang menggunakan media sosial pun sangat beragam dimulai dari orang dewasa hingga remaja menjadi pelanggan setia Instagram.

Menurut Aqilah menyebutkan berdasarkan data *NapoleonCat*.(2020) dari jumlah 273 penduduk Indonesia sebanyak 65 juta jiwa menggunakan Instagram dengan usia dengan usia tinggi penggunanya yaitu 18-24 tahun.

Rentang usia tersebut merupakan usia aktif bagi seorang pelajar dan juga mahasiswa. Sejak saat itu pula nama Instagram semakin melambung dan kini berbagai macam konten menarik dan informatif ada di Instagram seperti berjualan melalui *live shopping* di Instagram dan bahkan para perusahaan media berita sudah terjun ke dalam Instagram untuk memperluas medium persebaran konten beritanya.

2.4 Jurnalisme Media Sosial

Berdasarkan pembahasan diatas mengenai definisi, prinsip, dan karakteristik dari Jurnalisme *Online* dan media sosial maka, dapat diketahui bahwa Jurnalisme *Online* yang berada di media sosial adalah sebuah kegiatan pencarian, produksi, dan proses penyampaian sebuah pesan berita informasi kepada khalayak melalui media internet, khususnya di media sosial yang dimana para pembuat konten berita dengan pembaca berita (*user*) dapat saling terhubung dengan adanya fitur komentar. Sudah banyak, Jurnalisme *Online* di dalam media sosial seperti Facebook, Twitter, Instagram, dan yang terbaru saat ini adalah Instagram. Jurnalisme *Online* di media sosial seperti di dalam Facebook, Twitter, Instagram, dan Instagram ini berbentuk dengan menggabungkan tulisan, audio, dan video serta memungkinkan pengakses untuk membaca kembali berita yang telah lalu, hal ini sudah sesuai dengan karakteristik Jurnalisme *Online*.

Jurnalisme *Online* di media sosial terbentuk karena adanya perkembangan teknologi informasi, dimana saat ini media sosial adalah suatu hal yang tidak dapat dipisahkan oleh khalayak. Maka, untuk terus tetap bertahan setiap perusahaan media memilih untuk terjun ke media sosial dalam menyebarluaskan beritanya agar

tetap bertahan ditengah persaingan dengan media lainnya dan juga dapat terus diterima oleh khalayak. Sebenarnya, istilah jurnalisme di media sosial (*social media journalism*) belum ada dalam literatur komunikasi dan jurnalistik klasik. Istilah ini muncul belakangan seiring perkembangan di media sosial sebagai bagian dari media *online*. Kita bisa mendefinisikan jurnalisme media sosial sebagai “proses jurnalistik melalui media sosial”.

Proses jurnalistik lewat media sosial ini dibagi menjadi dua, yaitu sebagai berikut: 1) Proses penulisan dan penyebarluasan informasi aktual oleh penggunaan media sosial, pengguna sosial disini bisa oleh suatu perusahaan media berita atau pun masyarakat biasa yang memberikan informasi kepada khalayak atau yang disebut dengan *citizen journalism*. 2) Proses jurnalistik dengan menjadikan media sosial sebagai sumber berita, saat ini banyak informasi dengan cepat tersebar di Instagram karena hal tersebut maka saat ini Instagram juga dapat dijadikan sumber pencarian berita untuk dijadikan sebuah berita dalam proses jurnalisme secara profesional dalam penelitian yang dilakukan oleh Rosemarwati dan Lindawati (2019), didapatkan hasil yakni, mayoritas jurnalis Jurnalisme *Online* di Indonesia menjadikan media sosial sebagai sumber berita. Sebanyak 9 dari 10 responden (92,2%) menggunakan media sosial sebagai sumber berita.

Tingginya jumlah jurnalis Indonesia yang menggunakan media sosial sebagai sumber berita ini mendukung temuan beberapa penelitian lain yang telah dilakukan sebelumnya. Angka ini bahkan lebih tinggi dibanding jurnalis di Amerika Serikat (81%) dan Irlandia (55%), namun lebih rendah dari Mesir (100%). Dari segi asal media, Brilio menduduki urutan pertama dengan keseluruhan jurnalis yang menjadi

responden dalam penelitian ini (14 jurnalis) menggunakan media sosial sebagai sumber berita.

Peringkat kedua dengan 11 dari 12 jurnalis di tempati oleh JawaPos.com. Terdapat juga dua jurnalis dari Titro.id yang juga menjadika media sosial sebagai suber beritanya namun hanya menggunakan konten dari sumber yang terperccaya. Tetapi ada pula jurnalis yang tidak menjadikan media sosial sebagai sumber beritanya terdapat juga penelitian dari Kencana, dkk (2022) yang menemukan hasil bahwa eksistensi media sosial dalam portal berita platform media sosial dengan berbagai fiturnya telah menjadi bagian dari rutinitas harian banyak jurnalis.

Proses jurnalistik terjadi saat jurnalis menggunakannya untuk mengumpulkan, menyaring, dan menyebarkan berita. Portal berita *online* menggunakan media sosial untuk menemukan ide konten, menjalin hubungan baik dengan pembaca dan audiens mereka, dan menemukan informasi tambahan. Sedangkan Portal berita *online* sebagai sebuah industri media menjadikan Sosial media sebuah bentuk interaktif marketing dan juga memberikan tambahan pemasukan finansial bagi institusi.

Dilihat dari penelitian diatas dapat di katakan bahwa media sosial saat ini mempunyai peran yang cukup penting di dalam dunia jurnalisme khususnya Jurnalisme *Online*. Dari mulai proses pencarian berita, proses penulisan, sampai proses penyebaran tidak bisa lepas dari peran media sosial. Jurnalisme *Online* dan media sosial saat ini seperti tidak dapat dipisahkan karena berita yang ada di dalam media sosial selalu berkaitan dengan Jurnalisme *Online*. Media sosial juga membantu proses persebaran berita menjadi lebih cepat dan luas. Di dalam

penelitian-penelitian sebelumnya terkait penggunaan jurnalisme di media sosial dapat diketahui bahwa sejauh ini proses jurnalisme di media sosial sudah sesuai dengan karakteristik yang ada pada Jurnalisme *Online*.

