

# **BAB I**

## **PENDAHULUAN**

### **1.1 Latar Belakang**

Perkembangan Informasi dan teknologi tentu tidak dapat dipisahkan dari teknologi. Teknologi yang melahirkan beragam aplikasi baru ini membuat manusia dapat terhubung lintas jarak dan waktu tanpa mengenal batasan. Beragam aplikasi tersebut seperti sudah menjadi bagian yang tidak dapat dipisahkan dari bagian komunikasi antar manusia.

Manusia dapat saling terhubung satu sama lain baik kehidupan sehari-hari atau dimana saja. Komunikasi dan informasi sangat dibutuhkan oleh manusia karena dapat memberikan pengetahuan akan sesuatu hal dan dapat digunakan sebagai bahan dalam proses pengambilan keputusan. Informasi diperoleh akibat dari adanya komunikasi. Bahwa informasi didahului dengan adanya komunikasi antara dua atau lebih oleh individu maupun kelompok baik melalui lisan secara langsung maupun lewat media internet (Thoha, 2005:13).

Seiring dengan perkembangan teknologi yang kian hari semakin berkembang, jurnalisme juga semakin berkembang pula. Jurnalisme yang awalnya hanya dimonopoli oleh media cetak sudah bertambah dengan media elektronik seperti televisi dan radio. Bahkan sekarang, sudah kian mewabah fenomena internet yang menyeret pembahasan jurnalisme dan mau tidak mau menyeret pembahasan jurnalisme ke bentuk media baru itu. Lebih dari itu, media cetak dan media elektronik sudah berkolaborasi dengan media internet (Nurudin, 2009:13).

Keterbukaan informasi saat ini menciptakan suatu kondisi masyarakat yang menjadikan informasi sebagai suatu kebutuhan pokok dalam aktivitas sehari-hari. Teknologi digital dan literasi digital menciptakan kondisi sosial masyarakat yang membutuhkan informasi baik dari segi penerimaan maupun pemberian. Hal tersebut sehubungan dengan arus informasi yang diterima atau diberi melalui media *online*, sebab masyarakat sebagai audiens menerima perubahan.

Abad ke-20 digambarkan juga sebagai zaman pertama media massa, hal ini ditandai dengan berubahnya ketakjuban atas pengaruh media massa. Walaupun terjadi perubahan yang besar dalam teknologi media serta dalam masyarakat sendiri dan juga munculnya “*ilmu komunikasi*”, perdebatan publik mengenai signifikan sosial yang berpotensi dari “*media*” sepertinya tidak terlalu berubah. Penggambaran isu yang muncul selama dua atau tiga dekade awal pada abad ke-20 lebih dari sekedar kepentingan sejarah dan pemikiran awal memberikan poin rujukan untuk memahami masa kini.

Kemunculan media baru telah memberikan dampak yang besar terhadap kehidupan manusia. Secara singkat media baru dapat dikatakan sebagai media yang terbentuk dari kegiatan interaksi antara manusia dengan komputer khususnya internet. Media baru secara langsung telah berdampak terhadap pola kehidupan masyarakat, budaya, cara berfikir, dan hampir segala aspek dalam kehidupan manusia. Teknologi internet disebut-sebut sebagai era media baru yang memunculkan berbagai macam aplikasi yang dapat membuat informasi dan komunikasi beredar dengan mudah dan cepat.

Ciri utama media baru adalah adanya saling berhubungan, aksesnya terhadap khalayak sebagai penerima maupun pengirim pesan, interaktivitasnya, kegunaan yang beragam sebagai karakter yang terbuka dan sifatnya yang ada dimana-mana (McQuail, 2011:43).

Adanya media baru ini menyebabkan perubahan dalam banyak bidang yaitu perubahan dari *modernity* ke *postmodernity*, meningkatkan proses globalisasi, adanya pergantian di dunia Barat dari era industri manufaktur menjadi postindustrial. Kata “baru” dalam “media baru” menjelaskan makna ideologis bahwa media akan semakin lebih baik. Misalnya saja dengan adanya internet akan merubah hidup manusia menjadi lebih baik lagi dimana mereka dengan mudah mendapatkan informasi kapanpun dan dimanapun mereka berada.

Berita dan informasi dapat dengan mudah ditemui oleh pengguna saat berselancar di Twitter. Mulai dari yang hanya berupa tulisan teks saja, lalu berkembang dimana teks dipadukan dengan visual berupa gambar maupun video teks yang saling dipadukan.

Konsumen berita diharuskan memiliki pengetahuan terhadap cara untuk masuk ke dalam situs web dan menggunakan pemikiran yang baik dan kritis untuk memilah dan menentukan kredibilitas sumber berita karena kini setiap orang dapat membuat artikel dan memublikasikannya di internet. Hal ini juga yang membuat semakin sulit untuk menyaring sejumlah berita dan informasi yang muncul dari kejournalistikan *online*.

Kepopuleran media massa konvensional mulai tergeser oleh kemunculan media *online*. Kemudahan mengakses informasi secara praktis menjadi suatu

tawaran yang diciptakan oleh media *online*. Berdasarkan beberapa uraian diatas dapat dikatakan bahwa kian banyaknya masyarakat yang mempunyai alat elektronik menjadi salah satu faktor pendorong terjadinya pergeseran tren dari media konvensional ke media *online*.

Media sosial merupakan wadah untuk bersosialisasi antara satu dengan yang lain secara *online* melalui daring yang menghubungkan manusia berinteraksi tanpa batasan ruang dan waktu. Media sosial mempunyai dampak yang besar untuk kehidupan manusia pada zaman sekarang. Sosial media juga dimanfaatkan untuk berbagai faktor kehidupan manusia untuk mempermudah kehidupan manusia, dari belajar, bekerja, bersosialisasi, bertransaksi.

Twitter adalah layanan *microblogging* yang memungkinkan penggunaanya untuk mengirimkan pembaruan status atau informasi berupa tulisan teks dengan maksimal 140 karakter. Microblogging adalah media siaran dalam bentuk blog. Sebuah *microblog* berbeda dari sebuah blog tradisional yang isinya biasanya lebih kecil dalam ukuran file baik aktual dan agregat. *Microblog* memungkinkan penggunaanya untuk pertukaran elemen-elemen kecil dari konten seperti kalimat-kalimat pendek (Michael, 2011: 124).

Twitter juga kini digunakan sebagai wadah untuk bisa menjangkau banyak orang tanpa memikirkan ruang dan jarak. Adapun dalam hal komunikasi penyampaian Twitter pada umumnya memposting status melalui “tweet”. *Tweet* itu juga yang menjadikan asal mula kata Twitter muncul dan juga bisa memposting tak hanya tulisan tetapi juga foto dan video. Selain itu terdapat juga fitur lain seperti *Retweet* untuk membagikan *Tweet* tersebut, ada *Like* yaitu untuk menyukai

*Tweet* tersebut. Serta terdapat juga *Trending Topic* yaitu hal yang sedang ramai dibicarakan oleh jagat pengguna Twitter. Selain itu juga terdapat fitur-fitur lain seperti *Bookmark*, *Topic*, dan *Community*.

Jejaring sosial Twitter adalah sebuah situs web yang menawarkan jejaring sosial berupa microblog, sehingga memungkinkan penggunanya mengirim dan membaca pesan yang disebut kicauan (*tweet*) (Hadi, 2010:5).

Kevin Thau selaku VIP *Business and Corporate Development* Twitter mengatakan, "Twitter adalah untuk berita, Twitter untuk konten, Twitter untuk Informasi. Twitter mengubah sifat dasar berita hari ini. Para Jurnalis mengirim cerita mereka ke Twitter dan beberapa bahkan menerbitkan langsung ke Twitter. Hal ini juga memungkinkan pengguna sehari-hari untuk menjadi jurnalis sendiri dan memberikan mereka dengan mekanisme sederhana untuk menyampaikan berita".

Dengan tersedianya beberapa fitur tersebut juga dapat menjadikan siapapun menjadi *Citizen Journalism*, karena ketika seseorang membuat *tweet* maka orang lain juga dapat menerima informasi *tweet* yang bisa juga disebarluaskan tentang *tweet* tersebut. Banyak berita-berita penting yang menyangkut orang luas seperti politik, bencana alam, dan tragedi kemanusiaan lainnya yang banyak tersebar luas di Twitter dan pemberitaannya juga dapat dikatakan kecepatannya melebihi media media informasi yang lainnya.

Saat ini seiring dengan perkembangannya, masyarakat menganggap Twitter adalah situs jejaring sosial. Namun pada kenyataannya perusahaan pemilik Twitter mengatakan bahwa Twitter sebenarnya bukanlah situs jejaring sosial atau

*Social Network*, tetapi lebih menekankan kepada jejaring informatif atau *Infotmation Network*.

Dengan kemajuan zaman yang menjadi bagian dari perkembangan teknologi, para pelaku portal berita kini mengembangkan sayapnya dengan masuk keranah sosial media sebagai sarana penyebaran berita untuk mencakup khalayak pembaca. Tidak terkecuali dengan akun media *online* @Infobdg, akun ini berdiri pada 2010 dengan tujuan awal didirikan hanya sebagai penyambung informasi dari *followers* ke *followers* lain di Bandung. Kemudian pada perkembangannya bertransformasi menjadi media *online* yang berperan sebagai media informatif untuk Kota Bandung dengan berbagai saluran media termasuk Twitter sebagai basis akun tersebut.

Perusahaan media juga perlu untuk mempertahankan kredibilitas dan integritas dalam melakukan kegiatan jurnalistiknya. Kini banyak media-media *mainstream* baik dari lokal maupun internasional yang memanfaatkan penggunaan media sosial Twitter dalam menyebarkan dan mempublikasikan beritanya, seperti *CNN Indonesia*, *Kompas.com*, *BBC World*, hingga *TwibunNews.com*.

Berdasarkan uraian diatas, menarik untuk ditelusuri bagaimana @InfoBdg akhirnya menjadi sebuah media yang memproduksi beritanya sendiri dan bagaimana mereka meraih engagement di media sosial. Oleh karena itu berdasarkan uraian diatas peneliti tertarik untuk membahas mengenai Pemanfaatan Media Sosial Sebagai Media Penyebaran Berita Pada Akun Twitter @Infobdg (Studi Deskriptif pada Akun Twitter @Infobdg).

## 1.2 Fokus Penelitian

Berdasarkan konteks penelitian diatas maka peneliti memfokuskan penelitian “Pemanfaatan Media Sosial Sebagai Media Penyebaran Berita Pada Akun Twitter @Infobdg (Studi Deskriptif pada Akun Twitter @Infobdg)”.

Mengacu pada latar belakang yang telah diuraikan diatas, maka pokok yang diangkat sebagai kajian utama penelitian ini adalah:

1. Bagaimana proses produksi berita informasi pada akun Infobdg sebagai media berita?
2. Bagaimana karakteristik konten berita informasi yang dipublikasi oleh Infobdg dalam menggunakan akun Twitternya?
3. Bagaimana strategi penyebaran konten di Twitter oleh Infobdg dalam mendistribusikan beritanya?

## 1.3 Tujuan Penelitian

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui bagaimana Akun Twitter Infobdg memanfaatkan Media Sosial sebagai media penyebaran berita. Dengan itu menghasilkan beberapa tujuan dari penelitian ini sebagai berikut:

- 1 Untuk mengetahui bagaimana proses produksi berita informasi pada akun Infobdg sebagai media berita.
- 2 Untuk mengetahui bagaimana karakteristik konten berita yang dipublikasi oleh Infobdg dalam menggunakan akun Twitternya.
- 3 Untuk mengetahui bagaimana strategi penyebaran konten di Twitter oleh Infobdg dalam mendistribusikan beritanya.

## 1.4 Kegunaan Penelitian

Penelitian ini diharapkan menjadi contoh dan acuan bagi penelitian mahasiswa jurnalis selanjutnya, terkhusus untuk mereka yang ingin mencoba menjajaki ranah jurnalisme di media sosial.

Adapun manfaat akademis dan praktis sebagai berikut:

### 1.4.1 Kegunaan Akademis

1. Salah satu syarat untuk mencapai gelar sarjana di Fakultas Dakwah dan Komunikasi Universitas Islam Negeri UIN Sunan Gunung Djati Bandung
2. Dapat menjadi bahan kajian pemanfaatan media sosial sebagai media penyebaran berita dan dapat menjadi referensi bagi penelitian-penelitian yang akan datang.
3. Dapat menambah pengetahuan untuk mengetahui bagaimana pemanfaatan konten Twitter untuk berita dan informasi secara baik dan benar.

### 1.4.2 Kegunaan Praktis

Secara praktis peneliti berharap bahwa penelitian ini dapat menambah pengalaman, menjadi media tukar pikiran serta referensi dan wawasan kepada peneliti tentang bagaimana proses produksi berita dengan memanfaatkan media *online* dan teknologi,

Selain itu juga bisa menambah pengetahuan dan menyumbangkan pemikiran mengenai media sosial khususnya Twitter, menjadi sumber informasi kepada mahasiswa dan juga seluruh lapisan masyarakat tentang bagaimana cara kerja media sosial sebagai media penyebaran berita.



## 1.5 Landasan Pemikiran

### 1.5.1 Hasil Penelitian yang Relevan

*Tabel 3. 1*  
*Hasil Penelitian Yang Relevan*

NO.	Nama Peneliti	Judul Penelitian	Metode Penelitian	Kesimpulan Hasil Penelitian	Perbedaan	Persamaan
1.	Fannanni Nurrohmah Jurusan Ilmu Komunikasi Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Sebelas Maret Surakarta	PENGUNAAN TWITTER OLEH PERUSAHAAN MEDIA	Metode Kualitatif	Menurut hasil dari penelitian ini dapat disimpulkan bahwa Radio Media Suara Surabaya menggunakan Twitter sebagai alat penyebaran berita yang bersumber dari Media Online Suara Surabaya itu sendiri.	Perbedaan dengan penelitian yang akan saya teliti terletak pada pemfokusan objek, penelitian sebelumnya lebih berfokus pada Media Radio sebagai objek utama penelitian, sedangkan peneliti memfokuskan kepada pemanfaatan akun media sosial Twitter.	Persamaannya mengambil objek sosial media Twitter sebagai bahan dan sumber dari penelitian yang diteliti bagaimana kesamaan dari objek menjadikan adanya fenomena untuk diteliti.

2	Rahmadita Aryani Program Studi Ilmu Komunikasi Fakultas Ilmu Dakwah dan Komunikasi UIN Syarif Hidayatullah Jakarta	KONSEP PENYAJIAN JURNALISME <i>ONLINE</i> DI WWW.ANTARA NEWS.COM	Metode Kualitatif	Berdasarkan hasil penelitian ditemukan kesimpulan konsep penyajian jurnalisme www.antaranews.com tidak jauh berbeda dengan konsep penyajian jurnalisme pada umumnya yaitu menggabungkan hukum-hukum jurnalisme dan hukum-hukum <i>online</i> .	Perbedaannya terletak pada fokus pembahasannya, karena penelitian sebelumnya fokus kepada konsep penyajian jurnalisme <i>online</i> di portal berita, sedangkan peneliti berfokus kepada pemanfaatan konten twitter dan proses produksi berita pada akun media sosial di Twitter sebagai produk dari perkembangan kemajuan teknologi dan jurnalisme.	Persamannya terdapat pada konsep penyajian jurnalisme <i>online</i> yang digunakan sebagai penyajian berita di media <i>online</i> .
---	---	---	----------------------	--	---	---

3	Muhammad Anshari Program Studi Ilmu Komunikasi Fakultas Ilmu Sosial dan Politik Universitas Indonesia	PENGUMPULAN INFORMASI SAMPAI PENYEBARAN PESAN DALAM JURNALISME DIGITAL	Metode Kualitatif	Berdasarkan hasil penelitian disimpulkan bahwa bagaimana jurnalisme yang tidak luput dari digitalisasi konten yang memungkinkan oportunitas dan juga tantangan bagi jurnalis itu sendiri.	Perbedaannya terdapat pada pembahasan, penelitian sebelumnya membahas mengenai jurnalisme yang tidak luput dari digitalisasi konten. Sedangkan peneliti membahas mengenai memaksimalkan fitur Twitter dan jurnalisme <i>online</i> .	Persamannya terdapat pada adanya keterkaitan tentang digitalisasi sebuah produk jurnalistik yang kini merambah ke media sosial.
---	--	--	-------------------	---	--	---

Dalam melakukan penelitian, peneliti selalu membuka pikiran dengan mencari rujukan penelitian lain yang relevan. Peneliti menjadikan penelitian terdahulu sebagai referensi dalam perspektif, metode, konsep, dan teori penelitian ini.

Sumber referensi pertama adalah penelitian milik Fannani Norrohmah pada tahun 2012 yang berjudul "Penggunaan Twitter Oleh Perusahaan Media" dengan metode kuantitatif yang digunakan, tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui bagaimana Radio Suara Surabaya menggunakan Twitter sebagai sumber penyebaran berita. Hasil penelitian ini mempunyai kesimpulan bahwa Radio Suara Surabaya kebanyakan bersumber dari Media atau Website Suara Surabaya itu sendiri.

Penelitian selanjutnya relevan, karena memiliki pembahasan yang sama yaitu tentang Twitter sebagai objek penelitian dan aktivitas kejournalistikannya. Rahmadita Aryani pada tahun 2011 dengan judul “Konsep Penyajian Jurnalisme *Online* di [www.Antaraneews.com](http://www.Antaraneews.com)”. Metode yang digunakan yaitu metode deskriptif kualitatif, tujuan dari penelitian ini untuk mengetahui tentang bagaimana konsep penyajian berita di [www.antaraneews.com](http://www.antaraneews.com). Hasil penelitian ini bertujuan untuk memberikan gambaran tentang penyajian jurnalisme *online* di suatu website berita.

Selanjutnya, penelitian yang telah dilakukan oleh Jundullah Muhammad Ashari pada tahun 2019 dengan judul “Pengumpulan Informasi Sampai Penyebaran Pesan Dalam Jurnalisme Digital”. Metode yang digunakan adalah Kualitatif, tujuan dari penelitian ini untuk mengetahui bagaimana jurnalisme yang tidak luput dari digitalisasi konten yang memungkinkan oportunitas dan juga tantangan bagi jurnalis itu sendiri. Hasil dari penelitian ini menyimpulkan bahwa dapat diketahui bahwa digitalisasi juga telah merambah ke dalam jurnalistik. Relevan dengan penelitian yang sedang saya lakukan karena adanya keterkaitan tentang digitalisasi sebuah produk jurnalistik yang kini merambah ke media sosial

### **1.5.2 Landasan Teoritis**

#### **1. Teori *New Media***

*New Media* atau Media Baru adalah istilah yang digunakan untuk berbagai teknologi komunikasi dengan digitalisasi dan ketersediaannya yang luas untuk penggunaan pribadi sebagai alat komunikasi (McQuail, 2011:148). Media baru adalah media yang muncul dari beragam inovasi dari media lama yang dirasa tidak

lagi relevan dengan perkembangan teknologi dan komunikasi di masa seperti sekarang ini.

Tetapi bukan berarti media lama seperti televisi, buku, dan majalah mati begitu saja, melainkan bertransformasi dan berkembang dalam bentuk media baru yang dimana kebanyakan system penyebarannya melalui internet sebagai alat atau wadahnya. Di masa seperti sekarang ini internet memudahkan orang untuk mengakses segala bentuk informasi oleh siapapun, kapanpun, dan dimanapun juga. *New media* itu sendiri mencakup beberapa aspek. Pertama sebagai hiburan, kesenangan, dan pola konsumsi. Kedua *new media* adalah cara baru dalam merepresentasikan bentuk masyarakat virtual. Ketiga merupakan bentuk baru antara pengguna dengan teknologi media, Keempat sebagai pengalaman baru dari seseorang, identitas, dan komunitas. Kelima mencakup budaya media, industri, ekonomi, akses, kepemilikan, kontrol, dan regulasi. Dan keenam adalah konsepsi hubungan biologis tubuh dengan teknologi media.

*New media* merupakan media yang menggunakan internet, media *online* berbasis teknologi, berkarakter fleksibel, berpotensi interaktif dan dapat berfungsi secara privat maupun secara publik (Mondry, 2008:13).

*New media* atau media *online* didefinisikan sebagai produk dari komunikasi yang termediasi teknologi yang terdapat bersama dengan komputer digital. Terdapat beberapa karakteristik dari *new media* menurut Martin Lister (2009), yaitu adalah sebagai berikut:

1. **Digital** – Digitalisasi ini menciptakan cara untuk memasukkan jumlah data dengan kualitas besar akses sangat cepat dan diubah dengan tingkat perubahan yang sangat tinggi dan cepat.
2. **Interactivity** – Media baru menawarkan hal yang bersifat interaksi, sehingga membuat adanya keterlibatan pengguna lebih kuat dan tidak hanya menjadi penonton.
3. **Hypertextual** – Membuat para pembaca atau pengguna dapat mengeksplorasi media baru dengan alat bantu navigasi dengan desain tertentu seperti link, laman, atau tautan.
4. **Networked** – Media baru dapat dilihat sebagai jaringan media massa, yang dimana konsumen dapat lebih mudah memperluas akses mereka di media dari konsumen aktif ke produksi aktif.
5. **Virtual** – Merupakan fitur dari sebuah budaya postmodern tahap lanjutan dari pengalaman sehari-hari masyarakat yang diterapkan menggunakan teknologi.
6. **Simulated** – Simulasi dapat dilihat sebagai sesuatu yang sudah ada karena memang benar terjadi di dunia. Simulasi memiliki tiga bagian, yaitu simulasi post modern, permainan simulasi dan simulasi komputer.

*New Media* berkaitan dengan strategi oleh media. Tujuan dari media itu sendiri ialah untuk mempelajari bagaimana sebuah media menggunakan sumber daya terbaru untuk memenuhi keinginan dan kebutuhan pengikutnya dalam hal ini adalah *followers* Infobdg.

Praktik dari *new media* sangat berkaitan dengan strategi media dalam memproduksi dan menyebarkan beritanya. Dalam kegiatan distribusi media tentu

membutuhkan media *online* demi mendapatkan *followers* dan *engagement* dari pemirsa itu sendiri.

## 2. Landasan Konseptual

### 1. Media Baru

Media baru merupakan media yang saat ini sekarang sedang berkembang dan akan terus berkembang mengikuti perkembangan zaman. Media ini berkembang baik dalam segi Teknologi, Komunikasi, maupun Informasi (Ardianto, 2007:26).

Konvergensi dari *old media* ke *new media* memunculkan banyak peluang bagi para pengguna *new media* itu sendiri di berbagai bidang. *New media* memberikan ruang yang lebih untuk para penggunanya di segala aspek.

Karakteristik dari *new media* adalah dapat diubah, bersifat jaringan, padat, interaktif, dan bersifat *user generated context*. *User generated context* adalah konten atau isi artikel dalam internet yang ditulis oleh khalayak umum, menandakan bahwa konten media internet tidak lagi hanya dapat dimonopoli oleh pihak berkepentingan tapi dapat diunggah oleh semua penggunanya (Solomon, 2011:24).

Beberapa contoh dari *new media* adalah seperti internet, *website*, komputer multimedia, permainan komputer, CD-ROMS, dan DVD. *New media* merupakan basis media baru dan bukanlah media konvensional seperti misalkan televisi, film, majalah atau yang lainnya.

### 2. Berita

Berita adalah laporan tentang peristiwa terkini. Ini adalah informasi tentang sesuatu yang baru atau akan segera terjadi. Berita adalah laporan tentang kejadian di surat kabar, televisi, radio, atau juga internet. Berita harus berhubungan dengan satu atau lain cara dengan aktivitas manusia. Manusia harus terlibat dalam suatu peristiwa yang diwujudkan dalam berita.

Dalam proses pendistribusian berita, Arif (2018) menyebutkan, distribusi merupakan aktivitas *marketing* yang berusaha mempermudah menarik peminat konsumen untuk menggunakan jasa atau barang dari produsen. Dalam kasus ini, produk jasa atau barang yang ditawarkan kepada khalayak adalah berita. Menurut Romli (2020:72), berita merupakan laporan fenomena dan peristiwa yang terhangat dan terbaru. Pada praktiknya, terdapat standar khusus ketika melaporkan suatu kejadian, yakni harus terdapat salah satu nilai dari berita, atau disebut juga sebagai nilai jurnalistik.

Secara umum dapat dikatakan bahwa sebuah laporan berita memberikan jawaban atas enam pertanyaan, maka itu dapat dikatakan sebagai berita yang baik. Keenam pertanyaan ini diantaranya adalah 5W+1H, kecuali salah satu dari keenam poin tidak lengkap maka berita tersebut menjadi kurang baik untuk masyarakat.

### 3. Media Sosial

Media sosial merupakan wadah digital yang digunakan untuk memfasilitasi penggunaannya untuk saling bersosial, contohnya untuk berkomunikasi dan menyebarkan konten berbentuk tulisan, foto, ataupun video. Hal ini dapat terlaksana karena media sosial merupakan produk yang dibantu internet, sehingga



sesama *user* tersambung dengan koneksi jaringan yang baik maka proses penyebaran konten juga dapat dilaksanakan pada saat yang bersamaan.

Media sosial merupakan label yang merujuk pada teknologi digital yang memungkinkan orang-orang untuk berinteraksi, produksi, dan saling membagikan pesan (B.K. Lewis, 2010)

Media sosial adalah perangkat komunikasi yang di dalamnya memungkinkan untuk terjadi jenis interaksi yang baru dan membuat terhubung satu sama lain (Brogan, 2010)

Media sosial merupakan sekumpulan gambar, video, teks, dan hubungan interaksi dalam jaringan antara individu dan kelompok atau organisasi (Kerpen, 2011)

#### 4. Twitter

Twitter adalah layanan *microblogging* yang memungkinkan penggunanya untuk mengirimkan pembaruan status atau informasi berupa tulisan teks dengan maksimal 140 karakter. *Microblogging* adalah media siaran dalam bentuk blog. Sebuah *microblog* berbeda dari sebuah blog tradisional yang isinya biasanya lebih kecil dalam ukuran file baik aktual dan agregat. *Microblog* memungkinkan penggunanya untuk pertukaran elemen-elemen kecil dari konten seperti kalimat-kalimat pendek (Michael, 2011: 124).

Saat ini seiring dengan perkembangannya, masyarakat menganggap Twitter adalah situs jejaring sosial. Namun pada kenyataannya perusahaan pemilik Twitter mengatakan bahwa Twitter sebenarnya bukanlah situs jejaring sosial atau *Social*

*Network*, tetapi lebih menekankan kepada jejaring informatif atau *Infotmation Network*.

## **1.6 Langkah-langkah penelitian**

### **1.6.1 Lokasi Penelitian**

Penelitian akan dilakukan di Kantor Infobdg yang terletak di Jalan Pangkur I No.18, Turangga, Kecamatan Lengkong, Kota Bandung 40264 dan juga akses internet berupa media Twitter sebagai bahan penelitian.

### **1.6.2 Paradigma dan Penelitian**

Paradigma konstruktivisme merupakan paradigma yang hampir seperti *antithesis* dari pemahaman yang menggunakan pengamatan dan objektivitas untuk menemukan realitas dan lmu pengetahuan.

Paradigma ini memandang ilmu sosial sebagai analisis sistematis terhadap *socially meaningful action* melalui pengamatan langsung dan terperinci terhadap perilaku sosial yang bersangkutan menciptakan dan memelihara/mengelola dunia sosial mereka (Hidayat, 2003:3).

Paradigma ini dipilih pada penelitian ini karena dirasa terdapat relevansi dalam hal ini maksudnya Infobdg sebagai sasaran dirasa dapat menginterpretasikan bagaimana pemanfaatan media sosial dan penyebaran berita dan informasi di media sosial Twitter.

Kualitatif merupakan penelitian yang bertujuan untuk memahami fenomena yang dialami oleh subjek penelitian secara holistic, dengan cara deskriptif dalam bentuk kata-kata dan bahasa pada suatu konteks yang alamiah (Moleong, 2007:5).

Penelitian kualitatif bertujuan untuk menggambarkan, melukiskan, menerangkan, menjelaskan, dan menjawab secara lebih rinci permasalahan yang akan diteliti dengan mempelajari semaksimal mungkin seorang individu, kelompok, atau suatu kejadian.

### **1.6.3 Metode Penelitian**

Metode yang digunakan dalam penelitian ini deskriptif kualitatif, yaitu deskripsi yang dimaksudkan untuk memungkinkan seseorang membuat pengertian tentang berbagai hal di dunia yang dialaminya,

Metode Deskriptif kualitatif adalah metode penelitian yang berdasarkan pada filsafat postpositivisme digunakan untuk meneliti pada kondisi objek yang alamiah dimana peneliti adalah instrument kunci teknik pengumpulan data dilakukan secara triangulasi, analisis data bersifat kualitatif dan hasil penelitian kualitatif lebih menekankan makna daripada generalisasi (Sugiyono, 2016:9). Format deskriptif bertujuan untuk menggambarkan, menjelaskan berbagai kondisi, situasi, atau fenomena yang timbul di masyarakat yang menjadi suatu objek penelitian. Penelitian kualitatif ditujukan untuk memahami fenomena sosial dan sudut atau perspektif partisipan.

Dari penjelasan diatas dapat di simpulkan bahwa secara garis besar penelitian deskriptif bertujuan untuk mendapatkan penjelasan secara deksriptif terkait dengan fenomena yang dibahas peneliti yaitu mengenai proses produksi berita dan penyebaran berita informasi di media sosial.

#### 1.6.4 Jenis Data dan Sumber Data

Data penelitian ini adalah data kualitatif, yaitu data yang menunjukkan kualitas atau mutu dari sesuatu yang ada, berupa keadaan, proses, kejadian atau peristiwa dan lain-lain yang dinyatakan dalam bentuk perkataan. Dalam penelitian ini kualitatif jenis data meliputi:

##### 1. Data Primer

Data primer adalah data yang diperoleh langsung di lapangan oleh peneliti sebagai obyek penulisan. Yang menjadi sumber data primer adalah pernyataan dari hasil wawancara mendalam dari tim redaktur, reporter, dan tim media sosial dari Infobdg.

##### 2. Data Sekunder

Data sekunder berupa data-data yang didapatkan bertujuan untuk membantu menjelaskan data tambahan yang berhubungan dengan penelitian. Data didapatkan melalui artikel, jurnal, buku, *website*, dan skripsi seiring dengan berjalannya penelitian.

#### 1.6.5 Unit Analisis

Unit analisis dalam penelitian ini adalah berbagai postingan atau *tweet* dari akun Twitter Infobdg.

#### 1.6.6 Teknik Pengumpulan Data

Penelitian ini menggunakan teknik pengumpulan data dengan cara:

##### 1. Wawancara

Wawancara merupakan bentuk komunikasi antara dua orang, melibatkan seseorang yang ingin memperoleh informasi dari seorang lainnya. Wawancara dilakukan dengan mendalam dari tim redaktur, reporter, dan tim media sosial dari Infobdg.

## 2. Observasi

Observasi adalah kegiatan mengumpulkan data menggunakan panca indra. Observasi dilakukan dengan observasi tidak langsung (*non-participant observation*). Dimana pengamatan ini tidak melibatkan peneliti dalam kegiatan orang yang menjadi sasaran penelitian selain hanya mengamati aktivitas sasaran penelitian. Hal-hal yang akan di observasi antara lain sebagai berikut

1. Kondisi Kantor Infobdg
2. Kondisi Ruang Kerja Redaksi Infobdg
3. Struktur Organisasi Infobdg
4. Pelaksanaan Produksi Infobdg
3. Dokumentasi

Dokumentasi adalah proses pengumpulan, pemilihan, pengolahan dan penyimpanan informasi berupa gambar, kutipan, rekaman, dan dokumentasi lainnya, dalam hal ini, dokumen sejarah Infobdg. Suharsimi Arikunto (2012:274) menguraikan bahwa dokumentasi yaitu data terkait hal-hal atau faktor berupa catatan, transkrip, kitab, surat liputan, jurnal, dan lainnya.

### 1.6.7 Penelusuran Kepustakaan *Online*

Peneliti mencari data secara *online* yang terkait dengan penelitian ini dari jurnal, skripsi, *e-book*, artikel. Penelusuran data *online* menggunakan internet untuk mencari data terkait Twitter dan informasi tambahan mengenai pemanfaatan media sosial dan penggunaan konten Twitter untuk berita.

### **1.6.8 Teknik Penentuan Keabsahan Data**

Data-data yang didapatkan dalam penelitian ini diolah kembali dan diteliti lalu disajikan dalam bentuk deskripsi yang dicek kembali untuk mengkonfirmasi data yang didapat merupakan data yang akurat melalui triangulasi data maksudnya data tersebut akan dicek dari beragam sumber.

### **1.6.9 Teknik Analisis Data**

Setelah didapatkan data melalui pengumpulan data primer dan sekunder, maka data akan dideskripsikan sehubungan dengan analisis dalam penelitian kualitatif, maka akan dilakukan seiring dengan proses pengumpulan data.

Data yang telah diperoleh akan direduksi guna membuang data kasar ataupun yang tidak berkaitan dengan penelitian ini, Lalu di analisis melalui metode deskriptif kualitatif dengan maksud untuk membuat pengertian dari fenomena yang diamati yaitu tentang pemanfaatan media sosial dan penggunaan konten Twitter untuk berita.