

BAB II

KAJIAN PUSTAKA

2.1 Berita Informasi

2.1.1 Definisi Berita

Berita merupakan suatu kebutuhan informasi yang selalu dibutuhkan dalam perkembangan kehidupan manusia, masyarakat mengartikan berita atau *news* adalah suatu hal yang sesuai dengan arah suatu pembahasan, lalu ditarik kesimpulan bahwa dimanapun seseorang melangkah maka akan menemukan suatu peristiwa atau berita.

Berita merupakan suatu kejadian yang dilaporkan kepada khalayak dengan kosep 5W+1H melalui media massa (Romli, 2003:33). Berita harus memenuhi unsur 5W (*what, where, when, who, why*) dan unsur 1H (*how*). Berita merupakan laporan tentang peristiwa atau pendapat yang memiliki nilai penting, menarik bagi sebagian khalayak, peristiwa baru dan dipublikasikan secara luas melalui media massa, karya jurnalistik harus dipublikasikan melalui media massa (Fachruddin, 2012:47).

Berita atau dalam Bahasa Inggrisnya disebut *news* merupakan suatu informasi yang bersifat laporan. Berdasarkan maka secara garis besar, informasi yang bersifat laporan dapat merujuk pada dilaporkan maupun melaporkan. Berita juga didefinisikan sebagai laporan atau update dari suatu fakta ataupun pendapat yang dianggap penting dan menarik bagi khalayak luas (Kusumaningrat, 2006:39).

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.

Berita merupakan keterangan dari suatu peristiwa ataupun pernyataan manusia. Berita bersifat dinamis dan realistis dalam menyikapi suatu peristiwa serta bersifat juga sebagai informatory bagi khalayak dalam menerima informasi. Berita juga merupakan keterangan dari suatu peristiwa untuk mengaplikasikan filsafat hidup pembaca.

2.1.2 Kategori Berita

Berita memiliki dua kategori secara garis besar, yaitu kategori berita *hard news* dan kategori berita *soft news*. Berita *hard news* merupakan pemberitaan singkat terkait informasi penting dan menarik yang sedang terjadi maupun sudah terjadi (Latief, 2021:35). *Hard news* bersifat *concern news*, artinya pemberitaan dan publikasinya harus dengan cepat dan tepat.

Persoalan atau topik dalam berita juga dapat dibagi kedalam beberapa topik dan sub topik, seperti topik berita kesehatan, olahraga, hukum, ekonomi, keuangan, seni budaya, IPTEK, hingga kriminal. Sub topik berita diturunkan dari topik berita utama, misalnya pemberitaan kesehatan dengan sub topik *stunting*, topik ekonomi dengan sub topik resesi global pada tahun 2023 dan turunan persoalan lainnya. (Barus, 2010:41).

Berita *soft news* memiliki definisi berita yang menghadirkan *human interest* dengan sifat pemberitaan yang *timeless* atau tidak terikat waktu. *Human interest* yang diberitakan dalam pemberitaan *soft news* bertumpu pada ketertarikan

manusia atau khalayak, seperti seminar, perayaan, hobi, dan lainnya (Sumadiria, 2005:65).

Sifat berita dapat ditelaah melalui sifat kejadian atau peristiwa yang tercantum dalam pemberitahuan (Barus, 2010:39) terdapat dua sifat kejadian dalam suatu berita, yaitu:

- 1) Berita yang terduga, adalah berita yang dapat diperkirakan sebelumnya, seperti pemberitaan tahun baru masehi, pelantikan kepala daerah, dan lainnya.
- 2) Berita yang tidak terduga, adalah berita yang sulit atau bahkan tidak bisa diperkirakan sebelumnya, seperti pemberitaan bencana alam, kecelakaan, dan lainnya.

Berita dalam lingkup kejournalistikan terdiri dari tiga kelompok berita, yaitu *elementary*, *intermediate*, dan *advance* (Sumadiria, 2005:65). Pengelompokan berita yang termasuk *elementary news*, diantaranya berita langsung, berita mendalam, dan berita komprehensif atau menyeluruh. Kemudian kelompok berita *intermediate* terdiri dari berita interpretatif dan berita khas. Sedangkan pada kelompok berita *advance news*, mencakup seperti pelaporan mendalam, pelaporan investigasi atau berita intestigasi dan tajuk rencana.

2.1.3 Portal Berita Online

Portal berita *online* merupakan suatu laman *website* yang menyediakan informasi dan berita tentang suatu kejadian yang belum terjadi dan kejadian yang sudah terjadi. Informasi berita yang disampaikan tidak jauh berbeda seperti pada informasi berita yang ada di media cetak, bedanya hanya terdapat pada media

penyediannya saja yaitu media internet atau media sosial. Jadi dapat dikatakan bahwa media *online* merupakan media massa yang disajikan secara online pada portal berita atau *website* media berita. Secara konten dalam penulisan berita, biasanya berita yang ditulis dalam *website* memiliki kaidah penulisannya tersendiri seperti kaidah penulisan berita pada media seperti televisi, radio, atau juga koran. Portal berita ini mudah diakses karena disimpan dalam jaringan internet, jadi memudahkan siapapun untuk mengakses beritanya. Fitur yang terdapat diportal berita diataranya adalah:

1) *Headline*

Headline atau judul dari berita yang bersangkutan dengan tujuan agar memudahkan pembaca untuk mengetahui peristiwa yang sedang terjadi dan menampilkan berita yang sedang hangat dibicarakan.

2) *Lead*

Lead adalah inti dari berita sehingga *lead* adalah unsur terpenting karena dapat menentukan apakah berita tersebut termasuk menarik untuk dibaca ataupun tidak.

3) *Body*

Adalah isi dari berita yang menceritakan informasi tersebut secara singkat, padat, dan jelas.

2.1.4. Sumber Berita

Sumber berita dapat dikatakan sebagai siapa saja yang memiliki data terhadap suatu fakta, peristiwa, kejadian, dan informasi dengan posisi dan kompetensi yang sesuai dengan isi berita yang merujuk pada sumber berita tersebut.

Misalnya peristiwa kebakaran lahan, sumber berita tidak hanya didapat dari ahli lingkungan saja, namun juga petani atau masyarakat yang menyaksikan kejadian. Sumber berita dikategorisasi ke dalam beberapa kategori, menurut Jonathan dalam Sumadiria (2005: 98) sumber berita diantaranya sebagai berikut antara lain:

- 1) Bahan tertulis atau dicetak (*paper trail*), bentuk dari sumber berita ini seperti rilis pers, cetakan makalah, hingga dokumen.
- 2) Bahan atau sumber dari perangkat elektronik (*electronic trail*), bentuk dari sumber ini seperti dari internet. Dalam menggunakan *electronic trail* sebagai sumber berita, wartawan harus berhati-hati sebab kini internet sudah menjadi ruang terbuka bagi siapa saja yang ingin berbagi informasi tanpa memperhatikan validitas atau kebenaran beritanya.
- 3) Sumber dari manusia (*people trail*), bentuk dari sumber ini yaitu manusia sebagai narasumber. Dari narasumber kemudian wartawan mengumpulkan data atau fakta untuk kemudian disajikan dalam bentuk pemberitaan.

Merujuk pada definisi sumber berita, dapat diartikan bahwa wartawan merupakan salah satu instrument yang memiliki urgensi dalam penyaluran suatu informasi. Oleh karena itu organ penting dalam sebuah pemberitaan yaitu sumber berita (Ishwara, 2011:91).

Media sosial ataupun *online* juga dapat menjadi sumber informasi yang lebih mudah dan lebih cepat untuk didapat karena kemudahan mengakses oleh pada pengguna dan tidak memiliki keterbatasan dalam pengaksesan. Media sosial memiliki peran penting dalam penyebaran informasi bagi masyarakat luas.

Terdapat beberapa peran media *online* atau sosial sebagai sumber berita dalam masyarakat, yaitu:

- 1) Sebagai media alternatif penyebaran informasi selain media konvensional.
- 2) Sebagai alat komunikasi dan informasi yang lebih efektif
- 3) Sebagai sumber informasi awal untuk mengembangkan sebuah berita bagi media awam.
- 4) Sebagai sumber berita alternatif
- 5) Sebagai sarana untuk berpartisipasi dalam jejaring sosial
- 6) Sebagai sarana untuk ujaran kebencian.

Wartawan juga perlu memperhatikan beberapa aspek sumber berita, menurut Zainuddin (2011:99-100), sumber berita yang dapat digunakan oleh wartawan, yaitu:

- 1) Wawancara (*Interview*)

Sumber berita diperoleh melalui teknik wawancara. Wartawan berperan menciptakan sesi wawancara dengan nyaman dan aman sehingga narasumber dapat menyalurkan informasi dengan tepat dan akurat. Teknik ini digunakan dengan cara membuat komunikasi dua arah, di dalam komunikasi tersebut mengandung pertanyaan dan jawaban yang relevan.

- 2) Peristiwa (*Phenomenon*)

Salah satu teknik dalam mendapatkan informasi dari sumber berita yaitu teknik keikutsertaan wartawan dalam mengamati dan melihat suatu

peristiwa secara langsung. Teknik ini dapat menghasilkan informasi dengan lebih faktual dan objektif.

3) Partisipasi dalam kejadian (*Participate in Phenomenom*)

Peran wartawan dalam memperoleh informasi dari sumber berita membutuhkan beberapa terobosan sehingga informasi yang diperoleh sesuai data dan fakta. Salah satunya dengan teknik partisipasi dalam peristiwa atau kejadian. Dalam hal ini, wartawan seolah menjadi bagian dari sumber informasi dengan mengamati, melakukan, dan melihat secara nyata.

4) Penelitian Dokumen (*Document Research*)

Hal ini dimaksudkan jika suatu informasi belum sempurna dan masih perlu data dalam memperkaya informasi dalam sebuah berita. Hal-hal yang senantiasa tidak bisa diungkapkan melalui lisan, maka salah satu cara dalam mengungkapkan informasi lebih lanjut yaitu dengan menggunakan tulisan atau grafis.

2.1.5. Nilai dan Prinsip Berita

Nilai berita dapat diartikan sebagai karakter intrinsik dalam sebuah berita. Nilai berita dapat menjadi tolak ukur kelayakan suatu berita (Ishwara, 2011:77). Dari pengertian tersebut, wartawan dapat dengan mudah menimbrung mana saja peristiwa yang perlu diliput dan diinformasikan, serta mana saja peristiwa yang tak perlu diliput dan tak perlu diberitakan. Nilai berita dapat mengacu kepada insting wartawan terhadap *value* suatu berita.

Kusumaningrat (2005:61) menjelaskan unsur-unsur nilai berita atau *news value* sebagai berikut:

1) Aktualitas (*Timeliness*)

Nilai aktualitas berita berlaku pada semua media massa, baik surat kabar, media online hingga penyiaran audio visual. Keaktualitasan berita menjadi nilai dan daya tarik pembaca dalam memperoleh informasi

2) Kedekatan (*Proximity*)

Dapat diartikan sebagai kedekatan suatu berita dengan fisik maupun aspek emosional audiens. Semakin dekat unsur kedekatan suatu berita, maka semakin tinggi pembaca dalam memperoleh informasi dari berita tersebut.

3) Keterkenalan (*Prominence*)

Pemberitaan aspek keterkenalan tidak hanya menyangkut pemberitaan tentang tokoh terkenal saja, namun didalamnya bisa menyangkut tempat, waktu, hingga peristiwa yang dikenal oleh khalayak luas. Sehingga audiens merasa diuntungkan dengan manfaat pemberitaan yang mereka kenali.

4) Dampak (*Consequence*)

Nilai suatu berita dapat dinilai dari dampak yang ditimbulkan. Intinya, suatu pemberitaan akan memberikan dampak ketika informasi dalam berita tersebut menyentuh kepentingan dan keminatan khalayak.

5) Ketertarikan Manusia (*Human Interest*)

Berita yang menyiarkan aspek *human interest* seperti hobi, kuliner, bahkan budaya sehingga dapat meningkatkan minat, rasa empati dan rasa simpati khalayak merupakan berita yang dapat memuaskan audiens dengan ciri khas nilai pemberitaanya.

Konflik dalam suatu berita dapat menjadi perhatian audiens. Konflik juga termasuk ke dalam nilai berita, menurut Kusumaningrat (2006:61), timbulnya konflik dalam sebuah berita senantiasa menarik perhatian masyarakat. Audiens menyukai berita tentang perang, pertentangan, kriminalitas hingga pemberitaan olahraga karena di dalamnya sering dijumpai konflik dan perselisihan.

Komponen lain yang dapat melengkapi nilai berita yaitu keluarbiasaannya dan konflik. Menurut Sumadiri (2005:81), berita merupakan sesuatu yang luar biasa. Keluarbiasaannya berita dinilai dari seberapa besar peristiwa yang terkandung dalam suatu berita. Semakin besar suatu peristiwa, maka semakin besar pula nilai berita yang dapat ditimbulkan.

Istilah yang menjadi pelengkap nilai berita yaitu istilah *news judgement*. Pada hakikatnya, *news judgement* digunakan untuk mengevaluasi berita berdasarkan *news value* yang terjadi, *news judgement* juga dapat menjadi aspek kelayakan atau kepatutan suatu berita serta merupakan suatu kegiatan yang berorientasi kepada audiens atau publik. Inti dari *newsworthiness* atau nilai berita yaitu terdapat aktualitas (*timeliness*), kedekatan (*proximity*), keterkenalan (*prominence*), dampak (*consequence*) dan ketertarikan manusia (*human interest*).

Suatu berita harus memiliki prinsip sebagai landasan dalam pencarian, pengolahan dan penyebaran berita. Prinsip berita berpijak dan mengadaptasi pada

prinsip jurnalistik yang mengedepankan keaktualitasan dan kefaktualitasan berita. Prinsip jurnalistik, yang pertama adalah prinsip kebenaran (*truth*) dimana berita harus akurat dan *double checked* sebelum terpublikasi.

Prinsip kedua, yaitu prinsip keadilan (*fairness*) dan prinsip kemerdekaan (*independence*). Kedua prinsip tersebut berkenaan dengan penyajian berita yang berimbang dan bebas dari tekanan. Selanjutnya prinsip ketiga ialah prinsip akuntabilitas (*accountability*) merupakan landasan dalam menciptakan berita yang dapat dipertanggungjawabkan.

Prinsip keempat yaitu prinsip kemanusiaan (*humanity*), yang dapat diartikan sebagai prinsip penyajian berita yang dalam pengolahan dan pengerjaannya menjunjung tinggi nilai-nilai kemanusiaan (*maximize truth, minimize harm*). Keempat prinsip berita yang diadaptasi dari prinsip jurnalistik dapat menghasilkan pemberitaan yang sesuai kaidah kejournalistikan (Wendratama, 2017:117).

2.2 Media Sosial

2.2.1 Pengertian Media Sosial

Media sosial merupakan kegiatan interaksi antar individu personal dengan cara menciptakan. Membagikan ide dan gagasan dalam bentuk komunikasi virtual. Media sosial adalah sesuatu yang dapat memunculkan beragam bentuk komunikasi dan informasi bagi penggunanya. Media sosial juga memberikan beragam kemudahan bagi pengguna untuk berlama-lama menggunakannya.

Kaplan dan Henlein menyatakan bahwa media sosial adalah sekelompok aplikasi internet yang dibangun dengan dasar ideologis dari web 2.0 berupa platform dari

evolusi media sosial yang memungkinkan penciptaan dan pertukaran dari *User Generated Content*. (Kaplan, Hein, 2010: 11)

Perkembangan dari tahun ke tahun membuat beragam media sosial yang berkembang dengan pesat dan muncul dengan karakteristik dan keunikannya masing-masing. Mempermudah komunikasi dan mendapatkan informasi merupakan keinginan dari penggunaan media sosial. Saat ini hampir semua bagian lapisan masyarakat menggunakan dan terhubung di media sosial.

2.2.2 Sejarah Perkembangan Media Sosial

Dalam proses perkembangannya, media sosial mengalami perkembangan signifikan dari tahun ke tahun. Awal mula kemunculan media sosial merupakan dari tahun 70-an. Pada tahun itu mulai ditemukan sebuah sistem dari papan buletin dan dimanfaatkan untuk terhubung dengan orang lain memanfaatkan surat elektronik dan digunakan untuk mengunggah dan mengunduh sebuah perangkat lunak.

Kemudian pada tahun 1995 terdapat sebuah situs GeoCities yang memberikan layanan sebagai web hosting, kemunculan GeoCities inilah perkembangan awal munculnya sebuah website lainnya. Pada perkembangannya muncullah SixDegree.com dan Classmates.com sebagai pelopor media sosial dan ini terjadi pada 1997 sampai 1999 berbarengan dengan kemunculan blogger yang merupakan situs untuk membuat situs pribadi.

Pada tahun 2002 merupakan media sosial yang terkenal pada saat itu, hingga pada sampai 2003 muncullah beragam media sosial lainnya yang memiliki karakteristik kelebihan masing-masing, seperti Facebook, Twitter, MySpace, Google+, dan

lainnya. Hingga pada saat ini persaingan media sosial dengan keetatan dengan beragam fitur unik didalamnya. Hingga saat ini media sosial yang sangat diminati yaitu Instagram, Whatsapp, Youtube, hingga Facebook. (Cahyono, 2016)

2.2.3 Karakteristik Media Sosial

Media sosial mempunyai karakteristik tersendiri dari pada dengan media lainnya, yaitu:

- 1) *Network*, atau jaringan merupakan yang menghubungkan komputer dengan *hardware* lain. Jaringan ini diperlukan disebabkan komunikasi bisa terhubung jika antar komputer terhubung, termasuk perpindahan data didalam aktivitasnya.
- 2) *Informations*, menjadi komoditas penting di media sosial karena para pengguna media sosial membuat representasi identitas, membuat konten, dan melakukan interaksi berdasarkan penerimaan data informasi.
- 3) *Archive*, bagi para pengguna media sosial, arsip merupakan sesuatu yang menjelaskan bahwa informasi dan data yang didapat telah disimpan dan dapat diakses kapanpun dan dimanapun.
- 4) *Interactivity*, media sosial membuat sebuah jaringan koneksi antar pengguna yang tidak hanya memperluas hubungan pertemanan atau pengikut semata, tetapi juga harus dibangun dengan hubungan antar pengguna tersebut.
- 5) *Simulation of Society*, media sosial mempunyai identitas sebagai wadah berlangsungnya masyarakat sosial dalam dunia virtual. Media sosial

mempunyai karakteristik dan pola yang mempunyai kasus yang berbeda dan tidak banyak ditemukan dalam tatanan masyarakat yang sebenarnya.

- 6) *User generated content*, dalam media sosial, hasil konten sepenuhnya dimiliki dan berdasarkan kontribusi pengguna akun. UGC adalah hubungan simbiosis pada budaya media baru ketika memberikan kesempatan dan kreativitas untuk turut ikut partisipasi.

Keunggulan media sosial jika dilihat dari karakteristik yang disebutkan adalah media sosial dapat menjadi wadah untuk terciptanya sebuah komunikasi dua arah untuk memberikan respon atau *feedback* kepada komunikan secara langsung..

2.2.4 Dampak Media Sosial

Media sosial dimanfaatkan oleh setiap orang tergantung dari kebutuhan masing-masing individu, salah satunya untuk mendapatkan informasi. Informasi dapat tersebar dengan cepat dan mudah untuk diakses dengan berbagai kemunculan media sosial. Maka seiring dengan berkembangnya media sosial maka pendidikan juga dapat berkembang pula.

Menurut Revaldo (2021), menjelaskan bahwa media sosial dapat memberikan dampak positif, yaitu:

- 1) Sarana Silaturahmi, media sosial dapat digunakan oleh banyak orang untuk bersilaturahmi antar sanak saudara maupun teman serta rekan kolega untuk bersilaturahmi. Dengan media sosial semua dapat terlaksana dan terjadi.
- 2) Sebagai Media Informasi, informasi terbaru dapat diakses dan ditemukan dengan cepat karena penggunaan media sosial. Hanya dalam waktu beberapa menit setelah kejadian kita dapat mengetahui informasi tersebut

- 3) Sebagai Sarana Pengembangan Keterampilan dan Sosial, pengguna media sosial menggunakan media sosial sebagai sarana pengembangan diri dengan cara beradaptasi, bersosialisasi dengan publik serta mengelola jaringan antar sosial.
- 4) Sebagai Sarana Pertukaran Informasi, dengan kemudahan akses informasi dan data berita, para pengguna internet dapat dengan mudah melakukan pertukaran informasi kapanpun dan dimanapun tanpa kesulitan.

2.2.5 Jenis-Jenis Media *Online*

Jika dilihat dari segi fisik atau segi teknis, media dalam jaringan ini mengacu pada media yang bergantung pada telekomunikasi dan multimedia (seperti internet dan teknologi komputer). Media *online* mencakup beragam jenis, seperti portal, situs *website* (meliputi blog dan beragam platform media sosial seperti Twitter dan Facebook), pesan elektronik, Televisi *online*, dan juga radio *online*. Penelitian ini berfokus pada *website* atau situs yang paling umum digunakan sebagai praktik jurnalisme modern. Asep Syamsul Romli (2018, 35-37) mengklasifikasikan media *online* menjadi 5 kategori, yaitu:

1. Situs berita berupa “edisi *online*” dari media cetak surat kabar atau majalah, yaitu seperti *republika online*, *kompas cybermedia*, *mediaindonesia.com*, *seputar-indonesia.com*, *pikiran-rakyat.com*, dan *tribunjabar.co.id*.
2. Situs berita berupa “edisi *online*” media penyiaran radio, seperti Radio Australia (*radioaustralia.net.au*) dan Radio Netherland (*rnw.nl*).

3. Situs berita berupa “edisi *online*” media penyebaran televisi, seperti *CNN.com*, *liputan6.com*, dan *metronews.com*
4. Situs berita *online* murni yang tidak terkait dengan media cetak atau elektronik, seperti VIVA News, dan *antaranews.com*.
5. Situs “indeks berita” yang hanya memuat link-link berita dari situs lain, seperti Yahoo! News, *Plasa.msn.com*. NewsNow, dan *Google News*-layanan kompikasi berita secara otomatis menampilkan berita dari berbagai media sosial.

Sementara itu dari sisi pemilik atau *publisher*, jenis-jenis situs berita dapat digolongkan sebagai berikut:

- 1) *News Organization Website*: situs lembaga pers atau penyiaran, contohnya edisi *online* surat kabar, televisi, agen berita, dan radio.
- 2) *Commercial Organization Website*: situs lembaga bisnis atau perusahaan, seperti manufaktur, retailer, dan jasa keuangan, termasuk *took-toko online* dan *bisnis online*.
- 3) Web Pemerintah (*Government*): di Indonesia ditandai dengan domain (.id) seperti *Indonesia.go.id* (Portal Nasional Indonesia), *setneg.co.id* dan *dpr.go.id*.
- 4) *Website Kelompok Kepentingan (Interest Group)*, termasuk *website* ormas, parpol, dan LSM.
- 5) *Website Organisasi Non-Profit*: seperti lembaga sosial atau grup komunitas.

- 6) *Personal Website* (Blog), merupakan blog yang dimana saemua orang dapat membuatnya dan menyebarkannya.

2.3 Media Sosial Twitter

2.3.1 Definisi Media Sosial Twitter

Kehadiran media dengan segala kelebihanannya telah menjadi bagian hidup manusia. Perkembangan zaman menghasilkan bwragam media, salah satunya media sosial. Media sosial merupakan media di internet yang memungkinkan pengguna untuk mewakili dirinya maupun berinteraksi, bekerja sama, berbagi, berkomunikasi dengan pengguna lain, dan membentuk ikatan sosial secara virtual. Media sosial merupakan media digital tempat realitas sosial terjadi dan ruangwaktu para penggunanya berintetaksi. Nilai-nilai yang ada di masyarakat maupun komunitas juga muncul bisa dalam bentuk yang sama atau berbeda di internet. Pada dasarnya, beberapa ahli meneliti internet melihat bahwa media sosial di internet adalah gambaran apa yang terjadi di dunia nyata, seperti plagiarisme (Nasrullah, 2016:11).

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 kalimatkalimat pendek (Michael, 2011: 124).

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). Twitter memungkinkan penggunanya untuk mengirim dan menerima pesan dari pengguna lain. Pesan yang ditulis pengguna pada jejaring sosial Twitter tersebut dinamakan *tweets*. Secara pengaturan bawaan, *tweets* dapat dilihat oleh semua orang, namun pengguna dapat merubah pengaturan tersebut dan membatasi pengiriman *tweets* untuk kelompok tertentu saja (Kadir, 2013:8).

2.3.2 Sejarah Media Sosial Twitter

Pada era perkembangan teknologi yang semakin canggih memungkinkan banyak perusahaan yang berbasis teknologi mengembangkan aplikasi-aplikasi yang memenuhi kebutuhan masyarakatnya untuk berkomunikasi. Khususnya sejak kemunculan web 2.0 yang memungkinkan pengguna internet untuk berinteraksi dua arah. Kemunculan media jejaring sosial telah membantu manusia saling terhubung satu sama lain, salah satunya adalah internet.

Twitter merupakan layanan jejaring sosial dan microblogging dengan fasilitas mengirim teks info pada akun pengguna dengan panjang maksimum 140 karakter melalui SMS, pesan instan atau surat elektronik. (Kusuma, 2009:4)

Ide Twitter berasal dari sebuah sesi *brainstorming* pada sebuah rapat yang diselenggarakan oleh anggota dewan perusahaan. Podcasting Odeo dalam rangka menampilkan ide-ide kreatif untuk mengembangkan produk-produk yang akan dikeluarkan oleh perusahaan tersebut. Pada pertemuan itu Jack Dorsey

memperkenalkan sebuah gagasan untuk menggunakan SMS berbasis kelompok yang dikembangkan oleh TXTMoh.

Pada awalnya produk yang sedang dibuat ini memiliki kode nama Twtrr yang terinspirasi dari Flickr dan kode pendek dari SMS Amerika yang hanya 5 karakter, para pengembang awalnya bereksperimen dengan “10.958” sebagai kode pendek, meski kemudian berubah ke “40.404” untuk mudah digunakan dan mudah diingat. Donkey mencoba untuk mengirimkan pesan untuk pertama kalinya pada Twitter hanya dengan kata-kata “Just Setting Up My Twtrr, yang dimana arti dari Twitter itu sendiri ialah “*a short burst of inconsequential information*” (ledakan informasi tidak penting), dan “*chirps from birds*” (celotehan burung).

Media jejaring sosial ini dikembangkan oleh Obvious Corp yang bertempat di San Fransisco, Amerika Serikat. Twitter dibuat pada bulan Maret 2006 diluncurkan pada bulan Juli di tahun yang sama oleh Jack Dorsey, Noah Glass, Bizz Stone, dan Evan Williams (Kusuma, 2009:10).

Yudha Pratomo (2021) menjelaskan, *prototype* pertama Twitter diluncurkan hanya untuk layanan internal para karyawan Odeo, kemudian diluncurkan untuk publik pada bulan Juli 2006. Pada Oktober 2006, Bizz Stone, Evan Williams, Jack Dorsey dan anggota lain dari perusahaan Odeo membentuk Obvious Corporation dan memperoleh Saham Odeo beserta seluruh asetnya, termasuk Odeo.com dan Twitter.com dari para investor dan pemegang saham Odeo Grup tetapi kemudian Twitter membentuk perusahaan sendiri pada bulan April 2007.

Lalu Twitter itu sendiri meraih titik popularitasnya ketika penyelenggaraan konferensi *South by Southwest Interactive* (SXSWi) pada tahun 2007 yang dimana ketika acara tersebut dilangsungkan, pengguna Twitter meningkat dari awalnya 20 ribu kicauan(*tweet*) per hari menjadi 60 ribu kicauan(*tweet*) per hari.

2.3.3 Fitur Utama pada Twitter

Pada umumnya, Twitter memiliki beberapa fitur yang memungkinkan pengguna untuk mendapatkan informasi dan berinteraksi. Fitur-fitur tersebut adalah:

1) Kicauan (*Tweet*)

Merupakan sebuah fitur yang dimana pengguna dapat membagikan tulisan, foto, video, bahkan gif kepada publik atau pengikutnya. *Tweet* itu sendiri merupakan salah satu fitur paling utama yang dimana pengguna dapat dengan mudah memberikan informasi atau sekedar meluapkan luapan pikiran mereka. Pada awalnya Twitter hanya membatasi karakter maksimal sebanyak 140 karakter, namun pada 7 November 2017 Twitter menambahkan batas maksimal karakter hingga sebanyak 280 karakter.

2) Mengikuti (*Follow*). Pengikut (*Followers*), Batalkan Ikuti (*Unfollow*)

Merupakan tiga fitur di Twitter yang berfungsi agar pengguna dapat terhubung dan berkomunikasi dengan pengguna lainnya guna mendapatkan informasi atau sekedar *tweet* terbaru dari pengguna lainnya secara langsung.

3) Tagar (*Hashtag*)

Sebuah fitur yang disimbolkan dengan symbol “#” yang dimana digunakan ketika mengawali sebuah topik bahasan guna memudahkan pengguna lain

untuk mendapatkan informasi atau topik yang berkaitan dengan ketikan yang ditulis.

4) Nama Pengguna (*Username*)

Merupakan sebuah identitas dari profil pengguna, dalam hal ini digunakan symbol “@” sebagai awalan dari nama pengguna guna membedakan antar profil pengguna, sebagai contoh @InfoBdg.

5) Membagikan Kiriman (*Retweet*)

Istilah yang digunakan saat pengguna membagikan ulang tulisan atau kiriman informasi yang sudah pernah dibuat oleh pengguna itu sendiri maupun pengguna lain. Digunakan ketika hendak mengingatkan kembali topik yang telah dibuat ketika ada sesuatu yang berkaitan dengan tulisan yang telah dibuat.

6) Like

Memungkinkan pengguna untuk memberikan suka pada *tweet* orang lain atas dasar informasi yang membantu atau sekedar menyukai tulisan yang dibuat.

7) Pesan Pribadi (*Direct Message*)

Merupakan fitur berupa pesan pribadi antar pengguna satu dengan pengguna yang lain untuk sekedar berinteraksi atau bertukar informasi yang lebih pribadi.

8) Topik Hangat (*Trending Topics*)

Merupakan fitur yang pertama kali diperkenalkan Twitter sebagai sosial media. Berguna untuk membantu pengguna ketika hendak mencari tahu topik yang sedang hangat dan terjadi berdasarkan tagar, kata, atau frasa. Dalam hal ini juga dapat memudahkan para pelaku media berita atau penikmat berita ketika ingin mencari tahu tentang berita yang sedang hangat diperbincangkan.

2.3.4 Kelebihan dan Kekurangan pada Twitter

Layaknya media sosial pada umumnya, Twitter juga mempunyai beberapa kelebihan serta kekurangan. Levanre. (2023) menjabarkan beberapa kekurangan serta kelebihan Twitter antara lain adalah:

- 1) Mempermudah Komunikasi dan Berbagi Informasi.

Twitter memungkinkan penggunanya untuk dengan mudah bertukar informasi dan berkomunikasi dengan orang-orang diseluruh dunia.

- 2) Meningkatkan Visibilitas.

Twitter dapat membantu untuk meningkatkan atau mempopulerkan tentang pemahaman merek, produk, atau layanan dengan mengikuti akun yang relevan dengan kemauan sang pengguna.

- 3) Menjadi Sumber Informasi Terkini

Twitter juga sering menjadi sumber informasi terkini karena pengguna dapat dengan mudah mencari informasi atau topik tertentu.

- 4) Digunakan Hampir Semua Kalangan.

Pengguna Twitter berasal dari semua kalangan tanpa membatasi kalangan manapun untuk menggunakan Twitter.

5) Memungkinkan Adanya Interaksi dengan Tokoh Publik

Twitter juga memberikan kesempatan bagi setiap penggunanya untuk berinteraksi dengan tokoh atau selebritis favorit mereka dengan mengikutinya.

Selain mempunyai kelebihan, kekurangan dari Twitter adalah sebagai berikut:

1) Keterbatasan Karakter

Twitter membatasi karakter *tweet* maksimal hanya 280 karakter, hal ini dapat membuat kesulitan ketika hendak menyampaikan sebuah informasi atau topik secara detail.

2) Mudahnya Tersebar Informasi *Hoax*

Twitter juga seringkali digunakan untuk menyebarkan berita yang tidak jelas kebenarannya. Hal ini juga dapat membuat ketidakpercayaan dan kebingungan bagi penggunanya itu sendiri.

3) Konten yang Tidak Pantas

Twitter juga dapat menjadi sarana untuk menyebarkan konten-konten yang tidak pantas, seperti kontes seksualitas, kebencian, atau merugikan pengguna.

4) Ketergantungan Pada Teknologi

Twitter sebagai platform media sosial berbasis digital yang bergantung pada teknologi juga dapat menjadi masalah jika ketiadaan internet atau adanya pemadaman system oleh Twitter itu sendiri.

2.4. Teori Media Baru

2.4.1. Definisi Teori Media Baru

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.

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.

Media baru membawa enam perubahan utama dalam bentuk komunikasi massa. Enam perubahan ini diantaranya digitalisasi dan konvergensi atas segala aspek media, interaktif, dan konektivitas jaringan yang makin meningkat, mobilitas dan delokasi untuk mengirim dan menerima, adaptasi terhadap peranan publikasi dan khalayak, munculnya beragam bentuk baru pintu (*gateway*) media, pemisahan dan pengaburan dari lembaga media (Sucahya, 2017:11).

Jadi *new media* adalah istilah yang dimaksudkan untuk mencakup kemunculan digital, computer, atau jaringan teknologi informasi dan komunikasi di akhir abad ke-20 ((Erik, 2005: 71). Definisi *new media* disini dapat dibatasi

sebagai ide, perasaan, dan pengalaman yang diperoleh seseorang melalui keterlibatannya dalam medium dan cara berkomunikasi yang baru, berbeda dan menantang (Wicaksono, 2017:3).

Terry Flew menjelaskan bahwa hal baru yang dibawa oleh media baru adalah *computing and information technology, communication networks, digitalized media and information content, convergent* atau disingkat dengan 4C (*computing, communication, content, convergent*) (Flew. 2005:4).

Media baru (*new media*) adalah sebuah terminology untuk menjelaskan konvergensi antara teknologi komunikasi digital yang terkomputerisasi serta terhubung ke dalam jaringan. Media baru adalah segala sesuatu yang dapat menyalurkan informasi (perantara) dari sumber informasi kepada penerima informasi. Media baru memiliki dua unsur utama yaitu digitalisasi dan konvergensi. Internet merupakan bukti konvergensi karena menggabungkan beberapa fungsi media lama seperti audio, video, dan teks” (McQuail, 2017:13).

Sebagian besar teknologi yang digambarkan sebagai media baru bersifat digital, integrative, interaktif, dapat dimanipulatif, serta bersifat jaringan, padat, mampat, dan tidak memihak.

Definisi lain mengemukakan bahwa *new media* merupakan digitalisasi yang mana sebuah konsep pemahaman mengikuti perkembangan zaman menyangkut teknologi dan sains, dari semula yang bersifat manual menjadi otomatis, dan dari semua yang bersifat rumit menjadi ringkas.

2.4.2 Karakteristik Media Baru

M.Romli (2019) menyebutkan setidaknya ada lima karakteristik media baru, yaitu sebagai berikut.

1) Digitalisasi

Digitalisasi adalah ciri dari *new media*. Hampir semua media komunikasi dan informasi sudah mengutamakan bentuk digital. Digitalisasi digunakan untuk mengartikan kondisi kehidupan dalam budaya digital yang dianalogikan dengan modernitas dan post-modernitas. Dengan adanya *new media*, Anda dan masyarakat lainnya bisa mengakses informasi yang bisa didapatkan dengan seketika melalui penyimpanan informasi gelombang ketiga.

2) Konvergensi

Konvergensi adalah penggabungan komunikasi massa cetak, televisi, radio, internet bersama dengan teknologi portabel dan interaktif melalui berbagai platform media digital. Konvergensi media bertujuan memberikan pengalaman yang dinamis. Masyarakat yang kaya teknologi telah memasuki era digital, dan industri media bergulat dengan peluang baru dan ancaman yang ditimbulkan oleh apa yang disebut “konvergensi”. Orang-orang media cenderung sangat bersemangat tentang konvergensi, karena konvergensi sangat menjanjikan. Perpaduan berbagai media yang berbeda, menggabungkan layanan baru yang dipersonalisasi sangat memudahkan siapapun mencari informasi.

3) Interaktivitas

Interaktivitas adalah proses komunikasi yang terjadi antara manusia dengan platform-platform media. Dengan karakteristik ini, new media bisa menghubungkan pesan-pesan yang terhubung satu sama lain.

4) *Virtuality*

Media baru juga menghadirkan *virtuality*. Adanya kehadiran dalam platform *online* yang memudahkan Anda untuk berhadapan langsung pada objek yang Anda hubungi secara virtual.

5) *Hypertextuality*

Hypertextuality merupakan inti dokumen Internet, dibuat oleh bahasa markup *hypertext* sederhana (HTML). Ciri dari new media adalah beritanya pasti menggunakan hyperlink internal dan eksternal. Pesan atau informasi yang disampaikan terhubung satu sama lain. Tulisan di media baru juga lebih dapat ditransfer dari perangkat ke perangkat. Informasinya juga dapat disimpan secara elektronik daripada harus disimpan secara fisik (*print out*).

2.4.3. Fungsi Media Baru

Media baru dalam konteksnya mampu menghadirkan akun media sosial Twitter milik Infobdg sebagai bentuk dari munculnya media baru yang mampu memunculkan inovasi penyebaran berita dan informasi melalui media sosial. Media baru memiliki fungsi sebagai berikut:

- 1) Berfungsi menyajikan arus informasi yang dapat dengan mudah dan cepat diakses dimana saja dan kapan saja. Sehingga memudahkan

seseorang memperoleh sesuatu yang dicari atau dibutuhkan yang biasanya harus mencari langsung dari tempat sumber informasinya.

- 2) Sebagai media transaksi jual beli. Kemudahan memesan produk melalui fasilitas internet ataupun menghubungi *customer service*.
- 3) Sebagai media hiburan. Contohnya: game *online*, jejaring sosial, *streaming* video, dan lain sebagainya
- 4) Sebagai media komunikasi yang efisien. Penggunaanya dapat berkomunikasi dengan siapapun tanpa terkendala jarak dan waktu, bahkan dapat melakukan *video conference*.
- 5) Sebagai sarana pendidikan dengan adanya *e-book* yang mudah dan praktis. Bagi mahasiswa dan pelajar penyampaian materi pembelajaran dapat diseragamkan, proses pembelajaran menjadi jelas dan menarik, lebih interaktif, efisiensi waktu dan tenaga, memungkinkan proses belajar bisa dilakukan dimana saja dan mengubah peran guru ke arah yang lebih positif dan produktif.

Oleh karena itu pada intinya, teori *new media* dapat menjadi landasan dan dasar teori untuk mengamati suatu perkembangan dalam kejournalistikan dan penyebaran konten berita dan informasi oleh Infobdg di media sosial Twitter akibat dari perkembangan media.