

BAB I

PENDAHULUAN

1.1. Latar Belakang Penelitian

Kian hari peran jurnalistik dalam kehidupan makin dibutuhkan, khususnya di masa sekarang dimana teknologi berkembang dengan pesat. Nurudin (2009: 255) berpendapat media massa saat ini mampu memberikan pengaruh kepada perilaku maupun kehidupan masyarakat pada masa kini. Maka peran pers untuk memberikan informasi (*to inform*), pendidikan (*to educate*), dan hiburan (*entertaint*) sangatlah dibutuhkan. Pers juga dituntut untuk menghasilkan produk yang dibutuhkan dan diinginkan masyarakat.

Media massa sebagai sarana komunikasi massa dapat dilaksanakan melalui tiga saluran media, yakni media elektronik seperti radio dan televisi, media cetak seperti koran dan majalah, dan media siber seperti *website* dan portal berita. Eksistensi media siber khususnya internet terus berkembang dengan pesat beriringan dengan laju teknologi.

Perkembangan dunia digital di Indonesia berbanding lurus dengan pertumbuhan penggunaannya. Keberadaan internet telah banyak membawa pengaruh terhadap cara seseorang berkomunikasi. Bahkan hal ini bukan saja terjadi pada level individu namun juga pada level lembaga. Merujuk pada *website Internet World Stats* Indonesia menjadi negara kelima sebagai pengguna internet terbanyak di dunia. Pengguna internet di Indonesia mencapai 50,4% dari populasi masyarakat

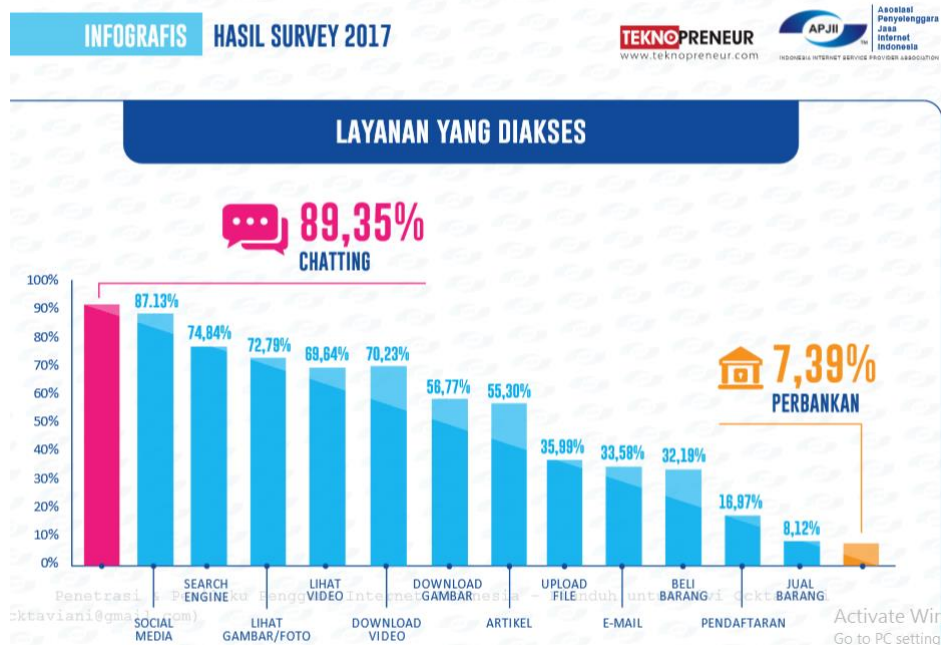
Indonesia. Artinya pengguna internet di Indonesia mencapai 131 Juta. Berikut ini adalah data yang menunjukkan negara pengguna internet terbanyak di dunia.

TOP 20 COUNTRIES WITH HIGHEST NUMBER OF INTERNET USERS - JUNE 30, 2017						
#	Country or Region	Population, 2017 Est.	Internet Users 30 June 2017	Internet Penetration	Growth (*) 2000 - 2017	Facebook 30 June 2017
1	China	1,388,232,693	738,539,792	53.2 %	3,182.4 %	1,800,000
2	India	1,342,512,706	462,124,989	34.4 %	9,142.5 %	241,000,000
3	United States	326,474,013	286,942,362	87.9 %	200.9 %	240,000,000
4	Brazil	211,243,220	139,111,185	65.9 %	2,682.2 %	139,000,000
5	Indonesia	263,510,146	132,700,000	50.4 %	6,535.0 %	126,000,000
6	Japan	126,045,211	118,453,595	94.0 %	151.6 %	26,000,000
7	Russia	143,375,006	109,552,842	76.4 %	3,434.0 %	12,000,000
8	Nigeria	191,835,936	91,598,757	47.7 %	45,699.4 %	16,000,000
9	Mexico	130,222,815	85,000,000	65.3 %	3,033.8 %	85,000,000
10	Bangladesh	164,827,718	73,347,000	44.5 %	73,247.0 %	21,000,000

Gambar 1.1 : Negara Pengguna Internet terbanyak di Dunia

Sumber : <http://www.internetworldstats.com/top20.htm>, diakses 10 Desember 2017

Data yang didapat peneliti mengenai aktivitas pengguna internet di Indonesia menunjukkan bahwa 87,13 % internet digunakan untuk media sosial dari 131 juta pengguna internet di Indonesia.



Gambar 1.2 : Aktivitas Pengguna Internet di Indonesia

Sumber : <https://www.apjii.or.id>, diakses 21 Februari 2018

Media sosial merupakan istilah yang mengarah pada penggunaan teknologi *online* untuk berbagi opini, menggairahkan diskusi dan membangun hubungan (*Lgcommunications*, 2011:5). Media sosial telah mengubah wajah masyarakat saat ini. Setiap segi kehidupan sedikit banyak akan terpengaruh oleh media sosial, tak terkecuali dalam hal cara kerja wartawan di industri media massa modern. Hasil penelitian Universitas Paramadina bersama sebuah lembaga penelitian terhadap 350 wartawan di berbagai daerah di Indonesia, sebanyak 50% wartawan saat ini mengandalkan dan mencari berita dari media sosial. Dalam hal menemukan opini publik, media sosial juga menjadi andalan utama sebagian wartawan. Sebanyak 55% wartawan dari 350 wartawan yang diteliti, mengandalkan media sosial untuk bisa menemukan opini publik. Sebanyak 85% wartawan menemukan ide berita dengan mengandalkan media sosial, tidak lagi memeriksa fakta-fakta yang terjadi di lapangan (dalam *www.pikiran-rakyat.com*, 2014).

Mayoritas wartawan kini justru memilih jalan yang paling mudah untuk menulis, menemukan ide berita, sekaligus memverifikasi sebuah fakta yang hanya dengan mengandalkan sumber berita media sosial. Begitu juga untuk memverifikasi data, sebagian wartawan cukup membuka *google* dan mengecek berita lain. Padahal apabila dikaitkan dengan kode etik jurnalistik tentunya hal ini berbanding terbalik.

Kode Etik Jurnalistik BAB III Pasal 11 tentang sumber berita, mengharuskan wartawan untuk selalu memeriksa kebenaran dari seluruh informasi yang didapat. Kusumaningrat (2014:309) menafsirkan kode etik tersebut sebuah berita dinilai benar jika bersumber dari informasi yang tepat. Maka wartawan wajib memverifikasi setiap informasi yang didapatkan dari pihak-pihak terkait. Lebih

bagus lagi jika wartawan memiliki bukti-bukti nyata. Wartawan dapat dikatakan profesional jika selalu memastikan kebenaran dari setiap sumber berita yang didapat.

Kenyataannya saat ini kebanyakan wartawan menjadikan media sosial sebagai sumber berita, dimana dalam memverifikasinya pun hanya sebatas *googling*. Narasumbernya pun hanya sebatas pengguna akun tersebut, belum dapat dipastikan siapa dia sesungguhnya. Sering kali masyarakat merasa cepat percaya dengan segala sesuatu yang diberitakan tanpa memastikan kebenaran dari berita tersebut. Berdasarkan survei CIGI-Ipos 2016 menunjukkan 65% dari 131 juta lebih pengguna Internet di Indonesia langsung percaya dengan berita yang beredar di dunia maya tanpa melakukan verifikasi (dalam <https://nasional.kompas.com>, 2017). Media *online* termasuk media yang cukup banyak menjadikan media sosial sebagai sumber berita, salah satunya *Detikcom*.

Tanggal 9 Juli 1998 merupakan hari lahir *Detikcom* yang menjadi salah satu pelopor media *online* di Indonesia yang didirikan Yayan Sopyan, Didi Nugrahadi, Abdul Rahman dan Budi Darsono. *Detikcom* mulai bergabung bersama PT. Trans Corporation sejak tanggal 3 Agustus 2011, dan menjadi anak perusahaan CT Corp. Semula *Detikcom* hanya terfokus pada berita ekonomi, politik, dan teknologi. Sekarang *Detikcom* mulai menyuguhkan berita yang dibutuhkan dan diinginkan oleh masyarakat yakni salah satunya berita olahraga dan hiburan. Berita-berita dalam situs *Detikcom* banyak ragam pilihannya yakni *detiknews*, *detikfinance*, *detikhot*, *detik-net*, *detiksport*, *detikfood*, *detikhealth*, *detikfoto*, *detiktv*, dan masih banyak lagi.

Detikcom sebagai pelopor media *online* di Indonesia juga terkadang menjadikan media sosial sebagai sumber berita. Beberapa berita *Detikcom* yang bersumber dari media sosial contohnya *Bella Hadid dan Sang Ayah Geram Atas Sikap Donald Trump soal Yerussalem, Aksi Berani Pria Mandikan dan Gosok Kepala Buaya, Heboh Remaja Cekoki Kuda Nil di Taman Safari dengan Anggur Merah, Viral Cerita Pilu Lansia Tidur di Got, Diduga Ditelantarkan Anak*. Beberapa berita itu tak jarang mengutip dari beberapa komentar *netizen* dan menyantumkan akun *netizen* tersebut sebagai narasumber.

Saat ini eksistensi media massa konvensional mulai tergerser dengan media *online*. Masyarakat lebih merasa dimudahkan untuk mengakses media *online* menggunakan *smartphone* miliknya. Maka tak heran, teknologi *smartphone* yang semakin maju didukung dengan pertumbuhan pengguna media *online* dan media sosial. *Smartphone* memudahkan masyarakat untuk mengakses media *online* dan media sosial tak terbatas jarak ataupun waktu.

Masalah di atas menjadi menarik dan melatar belakangi penelitian berjudul "Media Sosial sebagai Sumber Berita (Studi Kasus pada Media *Online DETIKCOM*)". Terjadi siklus dalam penyebaran berita yang bersumber dari media sosial. Berita yang diperoleh wartawan dari media sosial dipublikasikan melalui media *online*. Berita tersebut dibaca oleh orang-orang, kemudian dibagikan dan dikomentari melalui media sosial. Jadi, berita yang sumber awalnya dari media sosial itu kembali lagi ke media sosial.

1.2. Fokus Penelitian

Berdasarkan uraian diatas, maka fokus penelitian penulis diidentifikasi pada:

1. Bagaimana standar kelayakan berita di *Detikcom* yang bersumber dari media sosial?
2. Bagaimana karakteristik berita di *Detikcom* yang bersumber dari media sosial?
3. Bagaimana teknik pengembangan berita di *Detikcom* yang bersumber dari media sosial?
4. Mengapa *Detikcom* menjadikan informasi media sosial sebagai sumber pemberitaan?

1.3. Tujuan Penelitian

Berdasarkan uraian diatas, maka tujuan penelitian penulis sebagai berikut:

1. Untuk mengetahui standar kelayakan berita di *Detikcom* yang bersumber dari media sosial.
2. Untuk mengetahui karakteristik berita di *Detikcom* yang bersumber dari media sosial.
3. Untuk mengetahui teknik pengembangan berita di *Detikcom* yang bersumber dari media sosial.
4. Untuk mengetahui alasan *Detikcom* menjadikan informasi media sosial sebagai sumber pemberitaan.

1.4. Kegunaan Penelitian

1. Kegunaan akademis penelitian ini diharapkan mampu membantu dalam perkembangan institusi pendidikan jurnalistik, khususnya jurnalistik *online*.
2. Kegunaan Praktis penelitian ini diharapkan mampu berguna bagi media elektronik khususnya internet dalam memberikan informasi tentang berita yang bersumber dari media sosial. Hasil penelitian ini diharapkan bermanfaat secara praktis bagi semua pihak yang berkepentingan baik bagi mahasiswa, praktisi media, dan masyarakat.

1.5. Landasan Pemikiran

1.5.1. Hasil Penelitian Terdahulu

Dari beberapa hasil penelusuran peneliti, terdapat lima penelitian lain yang berhubungan dengan judul peneliti. Hubungan dari kelima penelitian tersebut, yaitu menyakut variabel yang terdapat di judul peneliti, mengenai sumber berita dan media sosial. Namun jika ditelaah lebih mendalam ada sisi yang membedakannya dengan penelitian sebelumnya.

Dalam penelitian ini, peneliti lebih fokus kepada media sosial yang dijadikan sumber berita oleh media *online Detikcom* serta standar kelayakan, karakteristik, dan teknik pengembangan berita *Detikcom* yang bersumber dari media sosial. Serta alasan *Detikcom* menjadikan media sosial sebagai sumber berita. Maka untuk meyakinkan, dibawah ini akan diuraikan penelitian yang relevan dengan judul peneliti.

Tabel 1.1: Perbandingan Hasil Penelitian yang Relevan

No	Nama	Judul	Jenis Pendekatan	Fokus Penelitian	Hasil Penelitian	Relevansi	
						Persamaan	Perbedaan
1	Aliyah Lathifah (2016) Fakultas Dakwah dan Komunikasi UIN Alauddin Makassar	Media Televisi sebagai Sumber Berita (studi terhadap Program <i>Breaking News Metro TV</i>)	Deskriptif Kualitatif dengan pendekatan Jurnalistik	<i>Breaking news Metro TV</i> sebagai sumber berita dan konsep nilai berita Metro TV pada program <i>breaking news</i> dan pemberitaan program <i>breaking news</i>	Program <i>breaking news</i> merupakan sumber berita yang sangat penting, sehingga dapat menghentikan siaran apa saja yang sedang berlangsung karena sifatnya menyela dan sebagai sumber berita yang mempunyai nilai berita yang sangat tinggi dan sangat berdampak, baik terhadap masyarakat, ekonomi, sosial, dan pemerintah.	Jenis pendekatan yang digunakan yaitu Deskriptif Kualitatif dan Variabel Penelitian yaitu Sumber Berita.	Subjek Penelitian yaitu Media Televisi, Program <i>Breaking News</i> .
2	Rioferi Adrianto (2013) Fakultas Komunikasi dan Informatika Universitas Muhammad iyah Surakarta.	Pemerintah dan <i>Social Media</i> (Studi Deskriptif Kualitatif Penggunaan <i>Social Media</i> sebagai Media Komunikasi oleh Humas Pemerintah	Deskriptif kualitatif	Penggunaan media sosial sebagai media komunikasi oleh Pemerintah Kabupaten Tabalong serta faktor yang menjadi penghambat	Penggunaan media sosial sebagai media komunikasi oleh Pemerintah Kabupaten Tabalong belum maksimal. Meskipun dalam penggunaannya Pemerintah Kabupaten Tabalong menggunakan	Jenis pendekatan yang digunakan yaitu Deskriptif Kualitatif dan Variabel Penelitian yaitu Media Sosial.	Subjek Penelitian yaitu Pemerintah, Media Sosial oleh Humas Pemerintah Kabupaten Tabalong.

		Kabupaten Tabalong)		pelaksanaannya	komunikasi dua arah, namun dalam aplikasinya, mayoritas masih dalam tahap komunikasi satu arah.		
3	Rumyeni, S.sos, M.Sc (2016) Jurusan Ilmu Komunikasi Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Riau, Pekanbaru	Penggunaan Media <i>Online</i> sebagai Sumber Informasi Akademik Mahasiswa Ilmu Komunikasi Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Riau	Metode Kualitatif Penjelasan	Media <i>Online</i> yang digunakan dalam mendukung kebutuhan informasi akademik	Sebagian besar mahasiswa mengakses media <i>online</i> sebagai sumber informasi akademik. Ini dapat dilihat dari sebagian besar responden menjawab menggunakan media <i>online</i> sebagai sumber informasi dalam mencari akses informasi akademik.	Jenis pendekatan yang digunakan yaitu, kualitatif dan Teori yang digunakan yaitu, Teori <i>New Media</i> .	Variabel penelitian lebih luas yaitu media <i>online</i> dan subjek penelitian yaitu sumber informasi akademik mahasiswa Ilmu Komunikasi Universitas Riau.
4	Muhammad Rifan (2014) Ilmu Komunikasi Fakultas Ilmu Sosial dan Humaniora Universitas Islam Negeri Sunan Kalijaga Yogyakarta.	Penggunaan Media <i>Online</i> dalam Memenuhi Kebutuhan Informasi Akademis	Metode Deskriptif Kualitatif	Penggunaan media dikalangan mahasiswa Universitas Negeri di Yogyakarta dalam memenuhi kebutuhan informasi akademis.	Mahasiswa di era ini khususnya yang menjadi subjek peneliti yakni mahasiswa di Kota Yogyakarta, sadar benar dengan kehadiran dan kebermanfaatan media <i>online</i> untuk aktivitas harian tidak terkecuali dalam memenuhi	Jenis pendekatan yang digunakan yaitu, Deskriptif Kualitatif.	Variabel penelitian lebih luas yaitu, Media <i>Online</i> dan Objek penelitian yaitu, mahasiswa Universitas Negeri di Yogyakarta

					kebutuhan informasi akademis. Hal ini menjadi sebuah alternatif yang mengesankan dalam hal seperti, kecepatan dan keragaman informasi yang didapat.		
5	Hadiatul Munawarah (2009) Fakultas Komunikasi dan Penyiaran Islam Negeri Sunan Kalijaga Yogyakarta.	Media <i>Online</i> sebagai Sumber Belajar di Kalangan Mahasiswa.	Metode Deskriptif Kualitatif	Manfaat media <i>online</i> sebagai sumber belajar layaknya perpustakaan digital dikalangan Mahasiswa Jurusan Komunikasi dan Penyiaran Islam.	Sarana penunjang sumber belajar yang dapat mengimbangi kemajuan informasi yang begitu pesat dan mengglobal Fakultas Dakwah UIN Sunan Kalijaga menyediakan fasilitas internet, dari jumlah komputer yang dilengkapi fasilitas internet pun berdampak positif bagi mahasiswa	Jenis pendekatan yang digunakan yaitu, Deskriptif Kualitatif.	Variabel penelitian lebih luas yaitu, Media <i>Online</i> dan Objek penelitian yaitu, sumber belajar dikalangan Mahasiswa Jurusan KPI Angkatan 2006.

1.5.2. Landasan Teoritis

Konteks memahami perubahan karakteristik medium lama yang telah mengalami transformasi melalui konvergensi dan komputerisasi dalam bentuk-bentuk media yang beragam. Menurut O'Neill (2008: 14) Penerimaan pesan tidak

lagi pasif dan satu arah, tetapi terjadi secara interaktif dan multiarah. Para pengguna *smartphone* dapat mengirim dan menerima pesan yang mereka buat sendiri, sebagaimana mereka dapat mengunduh klip film dan musik dari internet. Sejalan dengan perkembangan teknologi dan komunikasi, O'Neill menilai bahwa hari ini kita tidak hanya berinteraksi dengan cara menerima dan mentransmisikan pesan melaluinya, tetapi juga menggunakan, bahkan hidup dalam lingkungan media yang *computer-supported*. Media interaktif dengan cepat menjadi bagian penting dalam kehidupan abad ke-21 dimana diperlukan pemahaman dan karakteristik tentang penggunaannya.

Peneliti menggunakan Teori *New Media* sebagai acuan dalam melakukan penelitian. Pierre Levy menjadi tokoh yang mengembangkan teori media baru. Teori ini membahas mengenai perkembangan yang terjadi pada media. Asumsi dari teori media baru ini yakni, pandangan interaksi sosial dan pandangan integrasi sosial. Pandangan interaksi sosial menilai komunikasi masyarakat dari interaksi tatap muka, sedangkan pandangan integrasi sosial menganggap komunikasi tidak dinilai berdasarkan interaksi tatap muka. Creeber (2009: 3) berpendapat media *online* yang termasuk kedalam *new media* merupakan media komunikasi yang berbasis teknologi yang menyatu dengan komputer digital.

Media baru juga didefinisikan sebagai media yang tercipta dengan adanya perkembangan teknologi digitalisasi, dimana semua hal dibuat menjadi mudah dengan adanya teknologi ini. Digital diartikan sebagai sesuatu yang complex tapi memiliki fungsi yang fleksibel untuk membantu segala aktivitas manusia. Media juga mengikuti perkembangan digital sehingga sedikit demi sedikit mulai beralih

dari media dahulu (*old media*) ke media baru (*new media*). R Cahyo Prabowo (<http://media.kompasiana.com>, 2013) mendefinisikan media baru memberikan kemudahan akses kepada penggunanya karena berbasis teknologi jaringan internet. Kemudahan inilah yang membuat berita semakin cepat dan efisien untuk disebarluaskan kepada khalayak. Media baru juga memiliki karakteristik yang berbeda dengan media lainnya.

Internet menjadi salah satu bentuk media baru yang memberikan beragam manfaat untuk kehidupan. Internet merupakan sebuah media yang berdiri sendiri, dan beroperasi sesuai kehendak penggunanya. Media baru ini terus berkembang mengikuti perkembangan teknologi digital. *New media* memberikan kemudahan kepada penggunanya tanpa dibatasi jarak dan waktu. Kelemahan dari *new media* yakni terletak pada jaringan internet yang digunakan. Kecepatan jaringan akan berpengaruh pada cepat ataupun lancar tidaknya pengguna mengakses internet. Media *online* masuk dalam kategori komunikasi massa karena menyebarkan berita ke khalayak luas secara bersamaan.

Internet sebagai media baru dinilai memiliki karakteristik yang berbeda dengan media lainnya. Kita dapat mengatur sendiri informasi apa yang sedang kita cari atau butuhkan. Tentunya hal ini akan membuat informasi yang didapatkan lebih efisien. Internet juga tidak membatasi penggunanya dari jarak dan waktu. Pengguna bebas menggunakan internet selama koneksi jaringan yang dipakai lancar.

Media sosial merupakan variant dari fitur internet. Media Sosial menjadi salah satu bagian dari media *online*, dimana para penggunanya bisa saling berbagi *moment* baik dari segi tulisan, gambar, suara, maupun video. Dengan penggunaan

handphone yang semakin lumrah dikalangan masyarakat, penggunaan media sosial yang fiturnya tersedia di *smartphone* juga semakin meningkat. Hal ini berdampak pada kegiatan jurnalistik. Media sosial yang semula menjadi penyebar informasi atau alat distribusi media *online*, kini mulai berubah. Sekarang justru menjadi kebalikannya, media sosial sebagai sumber berita media *online*. Hal ini tentunya menjadi dampak media baru yang berimbas pada fenomena baru dalam jurnalisme. Oleh karena ini, di sini peneliti menggunakan Teori *New Media* sebagai acuan dalam melakukan penelitian.

1.5.3. Kerangka Konseptual

Memang tidak dipungkiri bahwa kelahiran internet sebagai media komunikasi baru bukanlah sesuatu yang ahistoris. Ia tetap berhubungan dengan media-media sebelumnya. Menurut Fakhruroji (2017: 55) Internet adalah tahapan dari perjalanan media komunikasi yang terus-menerus mengalami perkembangan dan perubahan. Nicholas Gane dan David Beer menyuguhkan beberapa konsep kunci untuk memahami karakteristik media baru, sebagai berikut:

a. *Network*

Media baru merupakan media yang berbasis teknologi komunikasi dengan adanya jaringan. *Notebook* atau *smartphone* tidak akan dapat mengakses internet jika tidak terkoneksi *network* tertentu. Kita biasa melakukan koneksi internet melalui *local area network* (LAN) dikantor, melalui layanan data di *smartphone*, atau dapat juga melalui *Wi-Fi* yang tersebar di sejumlah tempat, khususnya di wilayah perkotaan.

b. Information

Setiap pesan yang disampaikan melalui media baru memiliki tujuan tertentu. Media baru memudahkan penggunanya untuk mengatur informasi apa yang diinginkan ataupun dibutuhkan. Maka informasi yang didapatkan pun akan lebih efisien.

c. Interface

Media Baru memungkinkan penggunanya untuk tidak berkomunikasi secara tatap muka. Ada suatu media yang membatasi komunikasi antar pengguna media baru, yakni tubuh dan mesin.

d. Archive

Bagaimana kita menjadi bagian dari arsip digital? Sebagai ilustrasi dapat dikemukakan seperti ini. akun-akun media sosial, seperti *facebook*, *Path*, *instagram*, dan sebagainya memuat semua informasi tentang kita. Setiap status yang pernah kita tuliskan, foto atau video yang kita *upload*, berita atau informasi yang kita *share*, *like* dan sebagainya adalah arsip yang tersimpan dan terjaga dengan baik.

e. Interactivity

Sifat interaktif pada media baru benar-benar mengantarkan manusia pada jantung teknologi yang secara umum bertujuan untuk membuat segala sesuatu lebih mudah. Salah satu kata kunci untuk memahami interaktivitas adalah cara kerja yang bersifat *real-time*. Interaktivitas juga dapat dipandang sebagai sebuah fenomena, dimana media baru menyuguhkan begitu banyak alternatif informasi yang dapat diakses.

f. Simulation

Simulasi yang dimaksud disini adalah interaksi dan pengguna dan komputer atau mesin. Pengguna media baru seakan-akan menjadi salah satu objek tersebut. Interaksi tersebut seakan-akan benar terjadi.

Media sosial merupakan variant dari fitur media baru yaitu internet. Kemunculan media sosial bertujuan untuk memudahkan hubungan antar penggunanya agar tidak dibatasi oleh jarak dan waktu. Media sosial yang sering digunakan oleh masyarakat dunia adalah jejaring sosial, wiki, dan blog. Media sosial memberikat kemudahan bagi penggunanya untuk saling berbagi dan bertukar informasi. Jika koneksi internet yang digunakan cepat, maka informasi yang didapatkan juga sangatlah lancar.

Perbincangan dalam penelitian ini adalah adanya fenomena baru yang berhubungan dengan kegiatan jurnalisme. Dimana media sosial yang semula menjadi penyebar informasi atau sebagai alat distribusi media *online* kita mengalami pergeseran. Dimasa saat ini media sosial justru dijadikan sebagai sumber berita media *online*. Padahal resiko terjadinya kesalahan dengan menjadikan media sosial sebagai sumber berita ini sangat besar. Media sosial jauh dari akurasi dan originalitas, maka dari itu tak jarang saat ini sering terjadi berita *hoax*.

Salah satu media *mainstream* yang menjadikan media sosial sebagai sumber berita adalah detikcom. Pertanyaannya adalah bagaimana strategi kebijakan redaksi dalam pengambilan media sosial sebagai sumber berita. Jika dikaitkan dengan kode etik jurnalistik tentunya hal ini bertolak belakang. Kode etik jurnalistik Bab III Pasal

11 dalam menjelaskan, wartawan harus memverifikasi segala bahan berita yang didapatkan, hal ini agar segala bentuk berita yang disebarakan kepada khalayak dapat dipertanggungjawabkan.

Lantas bagaimana kelayakan, karakteristik, dan pengembangan berita di *Detikcom* yang bersumber dari media sosial apabila dikaitkan dengan kode etik jurnalistik. Fenomena jurnalistik *online* ini berimplikasi pada praktik jurnalisme *online*. Dimana pada saat ini wartawan dengan mudah mencomot berita yang terdapat pada media sosial. Padahal dalam teorinya menurut dikemukakan Eugene J. Webb dan Jerry R. Salancik (Ishwara, 2011: 92) berpendapa ada beberapa teknik yang perlu dilakukan wartawan untuk mengumpulkan bahan berita yakni observasi, wawancara, pengumpulan dokumen, dan turut serta dalam peristiwa.

1.6. Langkah – langkah Penelitian

1.6.1. Lokasi Penelitian

Penelitian ini dilakukan pada media *online Detikcom*. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui bagaimana media sosial digunakan sebagai sumber berita oleh *Detikcom*. Objek penelitian ini adalah situs media sosial yang digunakan oleh *Detikcom* sebagai sumber berita. Media sosial menjadi objek penelitian karena ini merupakan fenomena jurnalistik *online* baru yang berpengaruh terhadap praktik jurnalisme *online*. Sedangkan subjek dari penelitian ini adalah *Detikcom*.

Alasan pemilihan *Detikcom* karena media *online* ini termasuk media yang sudah banyak diketahui masyarakat luas. Pembacanya pun beragam, karena *Detikcom* menyajikan beragam berita yang dibutuhkan pembaca mulai dari politik,

ekonomi, olahraga, hingga hiburan. Penelitian ini dilaksanakan di *Detikcom* Gedung Transmedia Lantai 8-9 Jln. Kapten Tendean Kav.12-14A, Jakarta Selatan.

1.6.2. Paradigma dan Pendekatan

Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif. Peneliti memilih metodologi kualitatif agar peneliti dapat mengetahui bagaimana kelayakan, karakteristik, dan pengembangan berita di *Detikcom* yang bersumber dari media sosial. Pendekatan kualitatif adalah jenis penelitian yang menghasilkan informasi yang biasanya berbentuk data, bukan angka akurat seperti kuantitatif. Ruslan (2012: 212) mendefinisikan kualitatif sebagai jenis penelitian yang meneliti perilaku serta sosial yang berkembang dimasyarakat.

Paradigma yang digunakan dalam penelitian ini adalah konstruktivisme, dimana dengan paradigma ini nantinya peneliti akan melakukan pengamatan langsung terhadap objek penelitian. Hal ini bertujuan agar peneliti mendapatkan informasi dengan cara memahami serta menafsirkan hubungan sosial yang terjadi pada objek penelitian.

1.6.3. Metode Penelitian

Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah studi kasus. Alasan peneliti memilih metode studi kasus karena fokus dan tujuan peneliti di sini untuk mengetahui bagaimana kelayakan, karakteristik, dan pengembangan berita *Detikcom* yang bersumber dari media sosial. Penelitian ini merupakan analisis yang dilakukan secara mendalam, secara bertahap agar mendapatkan informasi yang lengkap dan teliti terhadap media *online Detikcom*.

Studi kasus dapat didefinisikan sebagai serangkaian kegiatan penyelidikan (mempelajari) dengan penuh kesungguhan suatu fenomena atau gejala aktual yang menjadi pokok perhatian. Vredebergt (1987) merumuskan studi kasus merupakan suatu pendekatan yang mengumpulkan keseluruhan informasi dengan tidak mengganggu keutuhan objek.

Tipe penelitian ini menggunakan tipe deskriptif kualitatif, dimana peneliti mendeskripsikan dan mengkonstruksi wawancara-wawancara mendalam kepada subjek penelitian. Dalam bukunya, Kriyantono (2010: 57-58) mengungkapkan ciri-ciri metode kualitatif diantaranya peneliti melakukan dokumentasi terhadap penelitian, peneliti menganalisa data lapangan, fokus dan penelitian lebih mendalam ketimbang menyeluruh.

1.6.4. Jenis Data dan Sumber Data

1.6.4.1. Jenis Data

Pendekatan yang digunakan dalam penelitian kualitatif adalah pendekatan subjektif, maka data penelitian yang akan dikumpulkan adalah data kualitatif. Data kualitatif informasi yang didapatkan peneliti berupa kalimat verbal. Data ini diperoleh secara bertahap dan disesuaikan metode penelitian studi kasus, yaitu analisis mendalam. Jenis data ini mencakup standar kelayakan, karakteristik, teknik pengembangan berita di *Detikcom* yang bersumber dari media sosial, dan alasan *Detikcom* menjadikan media sosial sebagai sumber berita.

1.6.4.2. Sumber Data

Banyak sumber data yang dapat digunakan, namun tidak semua dapat difokuskan. Peneliti menggunakan dua sumber data, antara lain:

a. Sumber Data Primer

Peneliti menggunakan istilah Spradley (Sugiyono, 2008: 297) yakni *social situation* atau situasi sosial. Istilah ini membagi objek penelitian yang terdiri dari tiga elemen, yaitu tempat, pelaku, dan aktivitas objek penelitian yang berinteraksi secara sinergis. Data primer yang didapatkan dari objek penelitian terdiri dari tiga elemen yaitu, tempat (*Detikcom* Gedung Transmedia Lantai 8-9 Jln. Kapten Tendean Kav. 12-14A, Jakarta Selatan). Kedua, pelaku (Reporter, Redaktur, Redaktur Pelaksana *Detikcom*). Ketiga, aktifitas (pembuatan dan penyebarluasan berita yang bersumber dari media sosial).

Data Primer adalah semua data yang diperoleh langsung di lokasi penelitian berupa hasil observasi, wawancara, dan dokumentasi. Dengan demikian, data dan informasi yang diperoleh adalah data yang kebenarannya dapat dipertanggungjawabkan. Jenis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah deskriptif, yaitu data yang menggambarkan secara jelas dan informasi langsung yang diperoleh di lapangan dengan teknik observasi, wawancara, dan dokumentasi.

b. Sumber Data Sekunder

Peneliti menggunakan berita *Detikcom* yang bersumber dari media sosial sebagai data sekunder. Sugiyono (2008: 253) berpendapat bahwa data sekunder merupakan data yang tidak diterima langsung oleh peneliti. Peneliti

mendapatkan data sekunder dengan cara mencari dokumen ataupun dari orang lain selain objek penelitian. Data ini merupakan data pelengkap atau data tambahan yang melengkapi data yang sudah ada sebelumnya agar membuat pembaca semakin paham.

1.6.5. Penentuan Informan atau Unit Penelitian

1.6.5.1. Informan dan Unit Analisa

Informan adalah orang yang kredibel atau bahkan terlibat langsung dalam fokus penelitian yang diusung peneliti. Dalam penelitian ini memiliki 6 informan, yakni 4 Reporter, Redaktur, Redaktur Pelaksana *Detikcom*.

Unit analisis merupakan batasan satuan objek yang dianalisis sesuai dengan fokus penelitian. Dalam penelitian ini unit analisisnya merupakan berita di *Detikcom* yang bersumber dari media sosial.

1.6.5.2. Teknik Penentuan Informan

Pemilihan informan didasarkan pada pengetahuan dan kepemilikan data yang berkaitan dengan fokus penelitian, serta kesediaan untuk dijadikan sumber data. Peneliti menggunakan teknik *Purposive* dalam menentukan informan. Peneliti memilih informan berdasarkan kebutuhan fokus penelitian. Kemudian menentukan sumber yang kredibel agar mampu menjawab semua pertanyaan di fokus penelitian peneliti. Informan yang peneliti pilih adalah Reporter, Redaktur, Redaktur Pelaksana *Detikcom*.

1.6.6. Teknik Pengumpulan Data

Menurut Burhan (2001: 128) data merupakan informasi mentah yang didapatkan peneliti setelah melakukan observasi. Data membantu peneliti untuk membuat analisis. Penelitian ini menggunakan beberapa teknik pengumpulan data, diantaranya adalah:

a. Wawancara

Informan yang peneliti pilih adalah 4 orang Reporter, Redaktur, dan Redaktur Pelaksana *Detikcom*. Informan yang dipilih peneliti ini merupakan informan yang dianggap kredibel untuk menjawab masalah penelitian.

Mardalis (2008: 64) mendefinisikan wawancara sebagai bentuk tanya jawab secara langsung antara peneliti dan sumber data untuk mendapatkan informasi. Wawancara dilakukan untuk memperoleh pengetahuan secara mendalam terhadap apa yang diteliti, bukan hanya terhadap kasus apa yang diteliti, tetapi dari semua pihak yang mengenal dan mengetahui kasus tersebut dengan baik sesuai dengan permasalahan yang peneliti teliti.

Proses wawancara dilakukan oleh dua pihak, yaitu antara pewawancara dan yang diwawancarai dalam hal ini adalah informan dengan bertatap muka untuk memperoleh data yang akurat dan mendalam. Wawancara dilakukan dengan cara diskusi atau tanya jawab secara mendalam (*indepth interview*) dengan sejumlah informan yang dianggap relevan terkait dengan objek penelitian.

b. Observasi

Tujuan observasi ini untuk melihat langsung dan proses kerja media *online Detikcom* mulai dari pencarian sumber berita hingga mempublikasikan berita kepada khalayak. Achmad (2007: 70) Observasi merupakan pengamatan terhadap objek penelitian dengan menganalisisnya sesuai dengan fokus penelitian. Menurut Suharsimi Arikunto, kelitik melakukan suatu observasi maka peneliti disarankan untuk menggunakan seluruh inderanya seperti penglihatan dan pendengaran. Arikunto (2006: 156-157) juga menambahkan observasi ini banyak bentuknya, mulai dari mendokumentasikan apa yang didapat hingga melakukan tes kuesioner.

c. Dokumentasi

Teknik pengumpulan data sebagai penunjang dalam penelitian ini berupa dokumen internal dan eksternal. Dokumen internal adalah data dari *Detikcom*, sedangkan dokumen eksternal yaitu berupa data informasi yang dihasilkan oleh suatu individu atau lembaga tertentu diluar dari manajemen *Detikcom*, seperti artikel atau opini tertulis, hasil penelitian yang relevan dengan objek yang diteliti.

1.6.7. Teknik Penentuan Keabsahan Data

Dalam penelitian, setiap temuan harus dicek keabsahan datanya agar hasil penelitian dapat dipertanggungjawabkan kebenarannya. Dalam mengecek keabsahan, maka teknik yang dipakai oleh peneliti adalah uji kredibilitas data, yaitu memperpanjang pengamatan, meningkatkan ketekunan, dan triangulasi.

a. Perpanjang Pengamatan

Sugiyono (2008: 270) berpendapat bahwa perpanjangan pengamatan berarti peneliti kembali melakukan observasi. Peneliti harus terjun lagi ke lapang dan menemui beberapa narasumber yang pernah diwawancarai ataupun tidak. Hal ini akan membuat peneliti dan narasumber semakin akrab dan terbuka. Maka informasi yang didapat pun akan lebih terang-terangan.

b. Meningkatkan Ketekunan

Pada tahap ini peneliti harus teliti memeriksa setiap informasi ataupun analisa yang sudah dibuat. Hal ini agar tidak ada informasi ataupun analisa yang terlewat.

c. Triangulasi

Triangulasi diartikan Moleong (2008: 15) sebagai pembuatan kesimpulan yang lebih dari satu. Ini bertujuan agar kesimpulan yang dibuat dapat disesuaikan dengan fenomena akhir yang terkadang suka berubah-ubah.

Dengan ketiga cara teknik penentuan keabsahan data yang peneliti terangkan diatas, penulis kembali melakukan wawancara kepada pihak relevan yang dapat memberikan pandangan yang netral terhadap berita di *Detikcom* yang bersumber dari media sosial.

1.6.8. Teknik Analisa Data

Sutrisno (1993: 248) mengartikan analisis data dimana data yang telah didapatkan diproses agar bisa menjawab semua pertanyaan yang ada pada fokus penelitian. tahap awal yang dilakukan dari analisis data adalah memilah dan

memilih poin penting dari informasi yang didapat dari wawancara, observasi, dan dokumen yang telah dikumpulkan peneliti.

Data yang telah diperoleh dalam penelitian dianalisis dengan menggunakan metode deskriptif kualitatif. Dengan mengadakan analisis data secara induktif dan bersifat deskriptif dengan mengungkapkan fakta (menguraikan data) yang ada di lapangan, untuk memberikan gambaran tentang permasalahan yang dibahas dalam penelitian.

Proses analisis data yang dilakukan oleh peneliti adalah dengan langkah-langkah sebagai berikut:

a. Reduksi Data (*Data Reduction*)

Reduksi data diartikan Bungin (2011: 145) pada tahap ini peneliti diharapkan menelaah seluruh informasi yang telah didapatkan. Data diperoleh dari lapangan langsung ditulis dengan rinci dan sistematis setiap selesai mengumpulkan data dengan pengelolaan data yang dilakukan secara induktif. Data-data mulai dipilah dan dipilih berdasarkan informasi yang dibutuhkan oleh peneliti khususnya yang mampu menjawab fokus penelitian peneliti.

b. Penyajian Data (*Data Display*)

Penelitian menyajikan data yang telah didapatkan dari berbagai sumber. Nasution (1988: 129) mengemukakan bahwa pada tahap ini peneliti menyusun informasi yang telah ditelaah kedalam bentuk naratif. Bisa juga dilengkapi dengan hasil berbentuk tabel, bagan, dan matriks.

c. Verifikasi (*Verification*)

Verifikasi merupakan rangkaian analisis akhir yang menentukan hasil penelitian. Verifikasi sangat dibutuhkan untuk menghasilkan kesimpulan yang valid. Data yang telah didapatkan, dicocokkan dengan kenyataan yang peneliti dapatkan di lapangan.

d. Penarikan Kesimpulan

Ini merupakan tahap terakhir, yaitu dengan menarik kesimpulan terhadap data-data yang sudah diperoleh dan diproses.

1.6.9. Rencana Jadwal Penelitian

Tabel 1.2 Rencana Jadwal penelitian

No	Kegiatan	Januari				Februari				Maret				April					Mei			
		1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	5	1	2	3	4
1.	Penyusunan dan uji proposal	■	■	■	■																	
2.	Pengurusan ijin administrasi penelitian					■	■	■	■													
3.	Observasi dan Wawancara									■	■	■	■									
4.	Pengumpulan Data										■	■	■									
5.	Analisis dan Penafsiran Data											■	■									
6.	Penyusunan Laporan Akhir									■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■
7.	Sidang Hasil Penelitian																				■	■