

## **BAB IV**

### **HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN**

#### **4.1 Profil Perusahaan**

##### **4.1.1 Sejarah Tribun Jateng**

Tribun Jateng merupakan surat kabar harian yang terbit di wilayah Jawa Tengah. Tribun Jateng pertama kali diterbitkan tanggal 29 April 2013. Berkantor di Jl. Menteri Supeno No. 30, Mugassari, Kec. Semarang Selatan, Kota Semarang, dimana mengusung isu lokal sebagai daya tarik pembaca di Semarang dan Jawa Tengah. Tribun Jateng mendeklarasikan sebagai ‘Spirit baru Jawa Tengah’ (Kompas Gramedia, 2018). Hal ini bisa dikatakan bahwa Tribun Jateng mempunyai pandangan secara luas, menyeluruh, dan merata kepada Jawa Tengah. Filosofi kata ini juga dijadikan sebagai visi dan misi koran Tribun Jateng.

Tribun Jateng adalah perusahaan media umum yang berjejaring di seluruh Indonesia di bawah naungan perusahaan Kompas Gramedia Group. Grup ini memiliki banyak perusahaan seperti Kompas, Kompas TV, grup Hotel seperti Amaris, Santika, hingga terdapat percetakan. Selain itu, Pers Daerah (Persda) memperkuat bisnisnya di hampir setiap Provinsi dengan merek Tribun. Diawali dengan Tribun Kaltim tahun 2003, kemudian diikuti Tribun Jatim, Tribun Jabar, Tribun Jateng, dan koran bermerek Tribun yang lain.

Tribun Jateng memiliki oplah harian sebanyak 37.800 eksemplar yang disebarluaskan ke seluruh wilayah Jawa Tengah mulai dari Kota Semarang, Pati, Brebes dan juga Solo. Kota Semarang sendiri mempunyai persentase distribusi oplah harian terbesar di Jawa Tengah dikarenakan sebagai pusat kegiatan pemerintah dan bisnis sehingga menjadi wilayah pemasaran terbesar.

#### 4.1.2 Situs Berita *Online* Tribunjateng.com

Tribun News sebagai situs berita *online* menyajikan berita-berita nasional, internasional, ekonomi dan bisnis, olahraga, seleb dan juga *lifestyle*. Situs berita Tribunnews.com adalah induk untuk lebih dari 20 situs berita daerah Tribun Network dimana Tribunjateng.com termasuk didalamnya. Tribunjateng.com menyediakan wadah bagi masyarakat, khususnya masyarakat Jawa Tengah dalam berbagi informasi serta gagasan yang bermanfaat bagi masyarakat. Tribunjateng.com mengembangkan berita berbentuk digital dimana semua berita terbaru bisa diakses melalui situs Tribunjateng.com.



**Gambar 4.1 Logo Tribunjateng.com**

Sumber: [jateng.tribunnews.com](http://jateng.tribunnews.com)

Tribunjateng.com sudah terverifikasi oleh Dewan pers sebagai media *online* lokal yang ada di Jawa Tengah. Hal ini sebagai kebijakan perusahaan dimana Tribun Network membagi jejaran Tribunnews.com untuk media

*online* nasional dan untuk cakupan media lokal adalah Tribun-Tribun yang ada di berbagai daerah termasuk Tribunjateng.com. Maka dari itu, media membagi peran bagaimana Tribun News sebagai media *online* nasional, dan Tribun daerah seperti Tribun Jateng sebagai media *online* lokal.

Tribunjateng.com memiliki sekitar 45 rubrik di dalam website berita diantaranya: Jateng, Visit Jateng, Semarang Hebat, Kajen Beauty, Tegal Berkah, Pekalongan Kota, Visit Kudus, Inspire Slawi, Karanganyar Maju, Bangga Sragen, Pati Smartcity, Mbangun Batang, Kendal Beribadat, Jepara Memesona, Blora Sesarengan, PLN Jateng, Pemilu, KILAS, Promoter, Better Banyumas, Sukoharjo Makmur, Bisnis, Public Service, PSIS, Kesehatan, Pendidikan, UMKM, EKRAF Loker, TribunJatengWiki.com, Indeks Berita, Ramadan, Parleментарia, Otomotif Superball, School Corner, Seleb, Video, Travel, Akomodasi, Kuliner, Destinasi, Shopping, Ticketing, TribunJatengTravel.com. Selain itu, Tribunjateng.com juga memiliki beberapa topik berita seperti Berita Semarang, Berita Pati, Kriminal Hari ini, Hotline Semarang, hingga Berita Viral.

#### **4.1.3 Organisasi Tribunjateng.com**

Penerbit	: PT. Warta Media Nusantara
Pemimpin Redaksi	: Erwin Ardian
Manajer Online	: Abduh Imanulhaq
News Manajer	: Iswidodo
Print Production Manager	: Rustam Aji
Sekretaris Redaksi	: Nasirin

Editor : Achiar M. Permana, Arief Novianto Yuwono,  
Moh Anhar, Rika Irawati, Sujarwo, Catur  
Waskito Edy, Galih Pujo Asmoro, Muslimah,  
Galih Permadi, M. Nur Huda, Deni Setiawan

Staf Redaksi : Muh Radlis, M Syofri Kurniawan, Rival  
Almanaf, Yayan Isro R, Daniel Ari P, M Zaenal  
Arifin, Raka F Pujangga, Hermawan Handaka,  
Hermawan Endra W, Mamdukh Adi, Khoirul  
Muzakki, Rahdyan Trijoko, Amanda Rizqyana,  
Budi Susanto, Faizal M Affan, Rifqi Gozali,  
Desta Leila, F Ariel Setiaputra, Eka Yulianti,  
Saiful Ma'sum, Reza Gustav, Akhtur Gumilang,  
Like Adelia Sari, Wilujeng Puspita D, Dina  
Indriani, Ilham Awaliyah P, WA Woro Seto,  
Mazka Hauzan N, Mahfira Putri, Agus Iswadi,  
Permata Putra S, Fajar B Achmad, Valentez  
Hemanona, Indra Dwi P

Video Creative : Kristiyawanto, Hesty Imaniar, Zain Arifin  
Rochmat, Ilham Cahyo, Endarwan

GM Bisnis : Heru Budi Kuncara

Manajer Iklan : Cicilia Ratih Titis Sulistiyawati

Manajer Sirkulasi : Landung

Content Marketing : Citra Ayu, Sukron Saidy, Agus Sapto

#### 4.1.4 Topik Berita “Berita Viral”

Topik “Berita Viral” menjadi salah satu topik yang ada di Tribunjateng.com. Awal mulanya, berita-berita yang bersumber dari media sosial memiliki beberapa topik seperti ekonomi, politik, selebritis, hingga berita yang ada di masyarakat. Muslimah mengungkapkan bahwa setiap berita dikelompokkan ke masing-masing topik, namun untuk berita yang disukai masyarakat dan viral di media sosial belum ada topik yang bisa dimasukkan sehingga Tribunjateng.com sepakat untuk membuat topik “Berita Viral” (Muslimah, Lampiran 2, hal. x).

Topik “Berita Viral” berisi berbagai macam berita viral yang bersumber dari media sosial seperti kejadian unik di masyarakat, rekaman CCTV, video viral, dan banyak lagi. Menurut Like, berita-berita viral bersumber dari Instagram, Twitter, TikTok, Facebook, dan Youtube (Like Adelia, Lampiran 2, hal. d). Sebagai jurnalis yang mencari berita-berita viral, Like Adelia setiap hari menelusuri media sosial. Selain itu, mengikuti akun-akun viral di media sosial seperti @andreli\_48 (Instagram) membantu Like Adelia dalam mencari informasi yang viral di media sosial. Lain lagi dengan Muslimah sebagai editor, dimana berita viral yang dicari dari luar Jawa Tengah bersumber dari media *mainstream* lain. Tribun yang mempunyai jaringan luas, terhubung satu sama lain sehingga bisa melihat informasi yang menarik dari Tribun lain. Hal ini dimanfaatkan untuk menambah berita yang beragam. Media sosial menjadi upaya dan inovasi

baru dalam membuat berita di Tribunjateng.com sehingga berita yang ada di *website* menjadi beragam dan berita nantinya akan ditempatkan ke dalam satu topik yaitu “Berita Viral”.

#### 4.1.5 Data Berita dalam “Berita Viral”

Selama observasi pada tanggal 1 Juli-30 Juli 2022, terdapat 79 berita di topik “Berita Viral”. Berikut sumber informasi berita-berita dalam topik “Berita Viral”:

**Tabel 4.1 Tabel Observasi Berita yang Bersumber Media Sosial**

Sumber Informasi	Jumlah Berita
Instagram	33
Twitter	4
TikTok	12
Facebook	7
Youtube	3
Media <i>mainstream</i> lain	20

Dari data diatas, Instagram menjadi media yang paling banyak memiliki informasi viral dan hal ini dimanfaatkan Tribunjateng.com untuk membuat berita yang lebih beragam salah satunya bersumber dari media sosial. Like Adelia sebagai jurnalis sering memantau akun Instagram yang mengunggah informasi viral seperti @viralrepost.id, @andreli\_48, @merekamjakarta, @jakjour810, dan lain sebagainya. Menurutnya, akun-akun tersebut jika sudah mulai unggah dan *repost*, maka informasi tersebut sudah termasuk viral (Like Adelia, Lampiran 2, hal. d). Kemudian, diikuti dengan media sosial lain seperti TikTok, Facebook, Twitter, hingga Youtube juga digunakan sebagai sumber dalam mencari informasi-informasi viral yang beredar di masyarakat. Media sosial membantu jurnalis di

Tribunjateng.com dalam mendapatkan informasi karena lebih luas jangkauannya tidak hanya di Indonesia, namun juga di luar negeri. Hal ini membantu dalam mendapatkan informasi lebih cepat dibandingkan dengan yang lain.

Informasi viral juga tidak hanya didapatkan melalui media sosial saja, namun Tribunjateng.com memanfaatkan media sesama Tribun Network dan satu perusahaan untuk membuat berita viral yang beragam. Muslimah, editor yang menerbitkan berita-berita viral mengungkapkan untuk mencari informasi viral pertimbangannya adalah menarik (Muslimah, Lampiran 2, hal. bb). Ketika terdapat berita yang menarik dari Tribun lain, maka Tribunjateng.com bisa memanfaatkan berita tersebut untuk dijadikan berita seperti dari Tribunnews.com, TribunJakarta.com, TribunSolo.com, Tribun Lampung.com, Kompas.com, dan lain sebagainya. Namun tidak boleh sekadar mengambil saja, tetap harus ada etika dan standar masing-masing Tribun sehingga berita bisa sama-sama eksis di masing-masing *website*.

## **4.2 Aktivitas Jurnalistik Berita yang Bersumber dari Media Sosial**

### **4.2.1 Mencari Informasi Viral di Media Sosial**

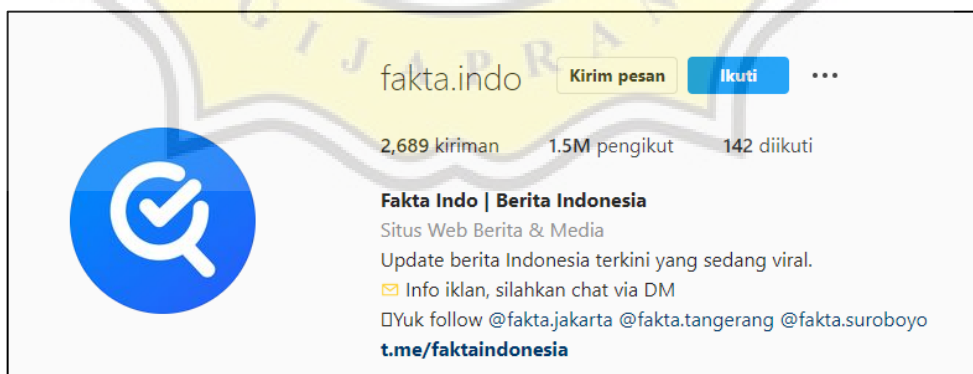
Informasi-informasi yang beredar di media sosial tidak hanya terdapat satu-dua saja, namun sangat banyak dan masyarakat tertarik untuk mengetahui informasi tersebut. Sebagai inovasi baru dalam bentuk jurnalisme *online*, Tribunjateng.com memanfaatkan media sosial untuk mendapatkan berita yang lebih beragam dan diminati oleh pembaca saat ini. Selama observasi dilakukan, terdapat prosedur-prosedur yang dilakukan



oleh jurnalis Tribunjateng.com dalam mencari informasi viral yang bersumber dari media sosial. Pertama, jurnalis ditargetkan untuk membuat 12 berita per hari. 12 berita tersebut dibagi menjadi berita viral, berita seleb, dan *evergreen*. Untuk berita viral, Like Adelia biasanya mencari melalui media sosial dan memantau melalui akun-akun yang menyebarkan informasi viral. Selain itu, Like akan mengikuti akun-akun yang selalu *update* tentang kejadian-kejadian viral. Dari sinilah, informasi dapat diambil.

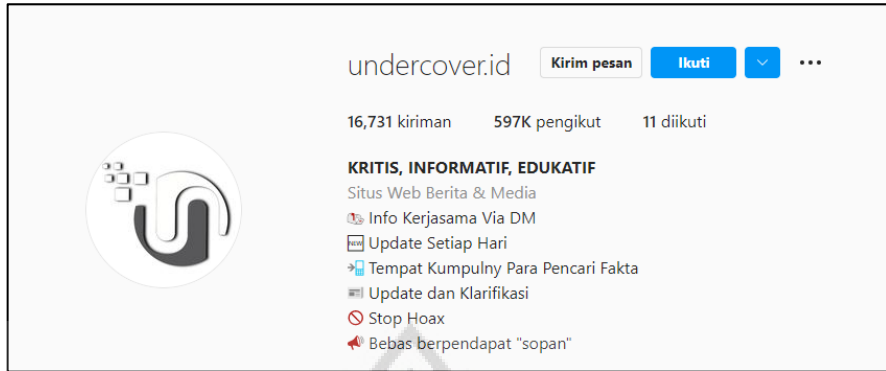


**Gambar 4.2 Profil Akun Instagram @andreli\_48**  
Sumber: [Instagram.com/andreli\\_48](https://www.instagram.com/andreli_48)



**Gambar 4.3 Profil Akun Instagram @fakta.indo**  
Sumber: [instagram.com/fakta.indo](https://www.instagram.com/fakta.indo)

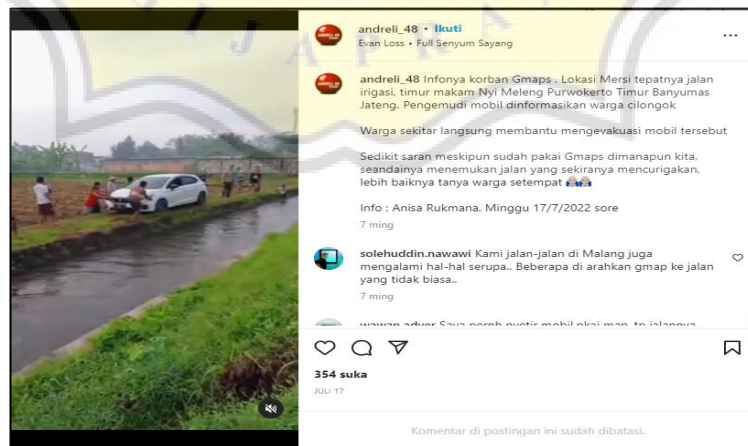




**Gambar 4.4 Profil Akun Instagram @undercover.id**

Sumber: Instagram.com/undercover.id

Gambar di atas adalah salah satu contoh akun Instagram yang sering dipantau oleh Like Adelia dalam mencari informasi yang menarik dan viral di media sosial. Akun-akun ini menyajikan informasi berupa video dan foto yang sedang terjadi di masyarakat. Unggahan akun ini menampung informasi dari masyarakat yang menarik untuk disajikan di media sosial. Salah satu contoh informasi yang menarik yang didapatkan dari warganet adalah mobil yang salah jalan sampai di jalan irigasi karena mengikuti Google Maps.



**Gambar 4.5 Unggahan Informasi dari Akun Instagram @andreli\_48**

Sumber: Instagram.com/andreli\_48

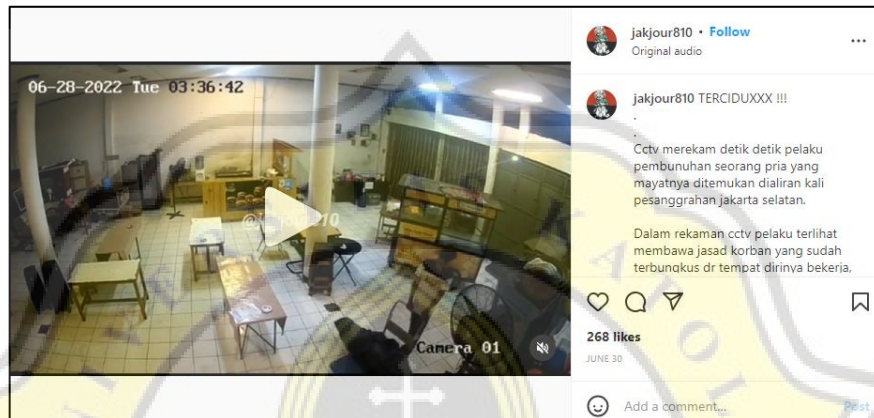
Unggahan tersebut berupa sebuah video yang memperlihatkan sebuah mobil yang sedang didorong oleh warga karena berada di jalan irigasi persawahan. Video ini didapatkan dari warganet bernama Anisa Rukmana yang dipublikasikan oleh akun @andreli\_48. Like sebagai jurnalis melihat video tersebut bisa menjadi sebuah berita yang menarik dan unik untuk pembaca. Menurut Like, sebuah informasi yang viral di media sosial bisa dilihat melalui akun-akun penyebar informasi di Instagram, melalui *for you page* (fyp) dari TikTok, hingga menggunakan *Trending* dari Twitter.

Kriteria umum dalam mencari informasi yang ada di media sosial selain viral adalah unik dan terdapat nilai beritanya. Seperti kejadian kecil di masyarakat yang unik, pembaca akan tertarik. Namun tetap melihat apakah informasi tersebut punya nilai berita atau tidak jika diunggah di *website* sehingga bermanfaat bagi pembaca yang membaca berita yang bersumber dari media sosial.

#### **4.2.2 Verifikasi di Media Sosial**

Informasi-informasi yang didapat dari media sosial, akan ditinjau kembali oleh jurnalis sebelum masuk ke penulisan artikel. Setelah mendapatkan informasi viral, jurnalis akan memverifikasi informasi tersebut melalui akun-akun media sosial yang mengunggah informasi tersebut. Pertama, Like Adelia akan melihat apakah informasi tersebut sudah memiliki unsur “*what, who, when/where*”. Walaupun tidak lengkap memiliki unsur 5W+1H, Like sudah menganggap bisa dijadikan berita di Tribunjateng.com. Sebagai bentuk verifikasi awal, jurnalis menganggap bahwa informasi yang

memiliki unsur “*what, who, when/where*” sudah cukup untuk dijadikan berita pertama sembari mendapatkan verifikasi lebih lanjut. Salah satu contoh adalah berita dengan judul “Video Pelaku Pembunuhan Seret Mayat Korbannya, Sempat Salat dan Infakkan Uang Rp 500 Ribu Korban”.



**Gambar 4.6 Unggahan Video dari Instagram @jakjour810**

Sumber: [Instagram.com/jakjour810](https://www.instagram.com/jakjour810)

Gambar di atas adalah video akun Instagram @jakjour810 yang mengunggah video CCTV tentang pelaku pembunuhan sedang menyeret kantong berisi mayat korbannya dengan troli. Like Adelia melihat bahwa video tersebut sudah memiliki beberapa unsur 5W+1H seperti “*when*” yaitu tanggal 28 Juli 2022 pukul 03:36. Kemudian video tersebut terlihat berada di sebuah tempat makan yang sudah tutup, dimana menunjukkan unsur “*where*”. Selanjutnya video ini juga memperlihatkan unsur “*what*” dimana pelaku yang menyeret sebuah troli dengan karung hitam yang seukuran manusia. Setelah itu, di dalam video terlihat seseorang yang berjenis kelamin pria, dimana menunjukkan unsur “*who*”. Dari sinilah, Like mulai mencari informasi lain sebelum masuk ke penulisan berita melalui media *online* lain yang sudah menerbitkan artikel tersebut seperti Kompas.com,

Tribunnews.com, dan lain sebagainya untuk memastikan bahwa video tersebut benar adanya. Terkadang, di media sosial bisa saja mengunggah video viral yang sudah lampau namun di unggah kembali oleh pengguna (Like Adelia, Lampiran 2, hal. j).

Selanjutnya Like Adelia mengkonfirmasi video tersebut di akun yang mengunggah video itu. Cara mengkonfirmasi informasi viral yang bersumber dari media sosial bisa melalui *direct message* (DM) Instagram, Twitter, Tiktok, Facebook, hingga Youtube. *Direct message* (DM) merupakan fitur komunikasi yang ada di media sosial berupa pesan langsung yang berbentuk teks dan hanya bisa dilihat oleh pengirim dan penerima. DM bersifat pribadi yang hanya bisa dikirim secara *online*. Adanya fitur ini, pengguna dapat menghubungi dan memberikan pesan teks kepada siapa saja pengguna di media sosial. Like akan mengontak langsung melalui DM untuk memverifikasi dan meminta izin untuk menuliskan informasi tersebut menjadi berita.

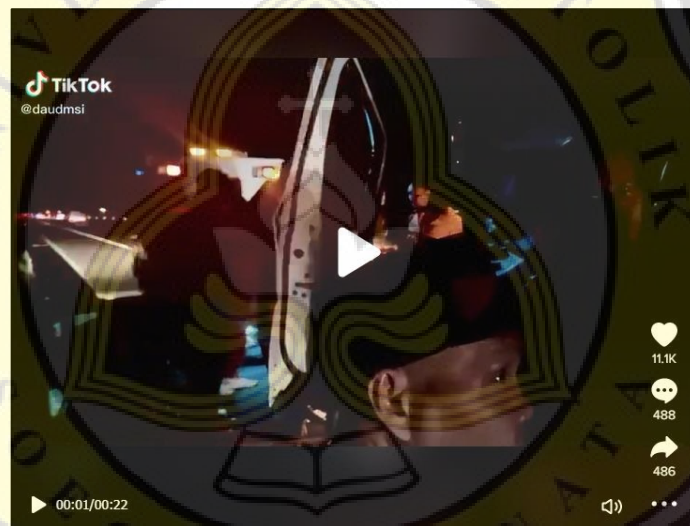
Dari keterangan pengunggah, insiden itu terjadi di wilayah Jakarta Selatan.

"Cctv merekam detik detik pelaku pembunuhan seorang pria yang mayatnya ditemukan dialiran kali pesanggrahan jakarta selatan.

Dalam rekaman cctv pelaku terlihat membawa jasad korban yang sudah terbungkus dr tempat dirinya bekerja, untuk dibuang ke aliran kali pesanggrahan."

**Gambar 4.7 Konfirmasi Verifikasi Melalui Direct Message**  
Sumber: [jateng.tribunnews.com](http://jateng.tribunnews.com)

Setelah mendapatkan konfirmasi verifikasi dari pengguna yang mengunggah informasi CCTV tersebut, jurnalis sudah menampung informasi yang akurat untuk dijadikan sebuah berita. Mulai dari konfirmasi pengguna yang mengunggah video, tanggal, terjadi dimana, hingga bagaimana kejadiannya. Namun, berbeda lagi jika jurnalis tidak bisa menghubungi pihak pengguna yang mengunggah informasi karena bisa saja akun tersebut anonim. Jurnalis akan mempertimbangkan informasi tersebut apakah bisa diterbitkan menjadi berita atau tidak.

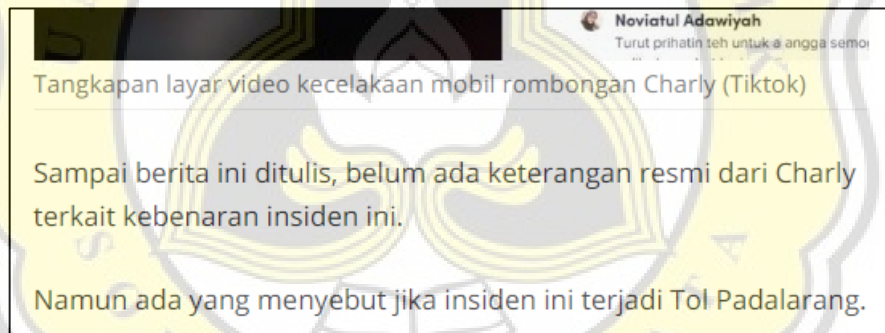


**Gambar 4.8 Video Charly Van Hounten mengalami Kecelakaan**

Sumber: [tiktok.com/daudmsi](https://tiktok.com/daudmsi)

Gambar di atas adalah video yang bersumber dari TikTok yang diunggah oleh pengguna @daudmsi dimana memperlihatkan situasi kecelakaan mobil di jalan tol. Dalam video tersebut terlihat sebuah mobil

yang mengalami ringsek bagian depan dan terdengar suara pria yang mirip dengan Charly Van Hounten. Like Adelia mengontak narasumber yang mengunggah video tersebut dan berkata kalau itu memang Charly. Namun, saat mencoba untuk mengkonfirmasi di akun Instagram Charly tidak ada tanggapan. Like mempertimbangkan apakah ini bisa diterbitkan atau tidak karena takut jika video tersebut adalah hoaks. Akhirnya, setelah mendapat persetujuan dari editor yaitu Galih Permadi, Like akhirnya tetap menerbitkan informasi tersebut menjadi artikel di Tribunjateng.com dengan klaim “sampai berita ini ditulis, belum ada keterangan resmi dari Charly terkait kebenaran insiden ini”.



**Gambar 4.9 Klaim Tribunjateng.com Jika Belum Ada Verifikasi dari Pihak Terkait**

Sumber: [jateng.tribunnews.com](http://jateng.tribunnews.com)

Jurnalis dan editor dari Tribunjateng.com sebelum menerbitkan informasi viral di media sosial, selalu memastikan bahwa peristiwa benar-benar terjadi pada hari itu (Galih Permadi, Lampiran 2, hal.t). Mereka berani menerbitkan berita walaupun belum lengkap informasinya dengan permainan judul dan *disclaimer* bahwa wartawan sedang menuju TKP atau sedang mencoba menghubungi narasumber untuk memastikan kejadian



tersebut. Media *online* memiliki ciri khas untuk secepat mungkin memberitakan sebuah informasi atau biasanya disebut dengan istilah “Pertarungan 3 Detik”. Jika terlalu lama menunggu pertimbangan dan informasi yang lengkap, maka media *online* seperti Tribunjateng.com akan kalah dari media *online* lainnya. Untuk itu, perlu menambahkan *disclaimer* pada artikel yang belum lengkap informasinya sehingga pembaca dapat menanti berita selanjutnya yang lebih lengkap verifikasi dan informasinya.

Proses ini menunjukkan bahwa Tribunjateng.com tetap berprinsip dengan memenuhi verifikasi dan keberimbangan berita. Bentuk transparansi dalam verifikasi ini adalah penambahan *disclaimer* pada berita jika informasinya belum lengkap. Dalam Pedoman Pemberitaan Media Siber (PPMS), pengecualian dalam verifikasi bisa dilakukan jika media memberikan penjelasan kepada pembaca bahwa berita masih memerlukan verifikasi lebih lanjut. Hal ini menunjukkan bahwa jurnalis Tribunjateng.com sudah memenuhi PPMS yang sudah disahkan Dewan Pers.

#### **4.2.3 Penulisan Berita yang Bersumber dari Media Sosial**

Informasi-informasi yang beredar di media sosial biasanya belum 5W+1H. Hal ini dikarenakan hanya berbentuk foto atau video dan disertai komentar-komentar dari warganet saja. Tidak semua pembaca bisa memahami informasi yang berupa foto atau video saja, maka jurnalis bisa mengunggah informasi tersebut menjadi berita. Hal pertama dalam pembuatan berita adalah penulisan judul yang menarik minat pembaca. Galih Permadi selaku Kepala Editor



TribunJateng.com mengungkapkan untuk penulisan judul mereka berpedoman pada *Search Engine Optimization* (SEO). SEO merupakan teknik dalam mengoptimalkan *website* untuk mendapatkan ranking teratas di hasil pencarian Google. Selain itu, terdapat istilah *person, place, and time* (PPT) yang harus terdapat di judul (Galih Permadi, Lampiran 2, hal. q). PPT ini mengacu pada *keyword* judul pemberitaan agar pembaca mudah dalam mencari berita yang diinginkan.



**Gambar 4.10 Penulisan Judul dengan PPT**

Sumber: [jateng.tribunnews.com](http://jateng.tribunnews.com)

Seperti contoh di atas, penulisan judul berita menggunakan istilah PPT. Pemotor menjadi *keyword* “*person*”, Cilandak menjadi *keyword* “*place*”, dan Tahlil menjadi *keyword* “*time*”. Penggunaan PPT ini menjadi pedoman penting agar sesuai dengan pedoman SEO. Selain bentuk penulisan, panjang judul berita dibatasi oleh mesin yaitu hanya 100 karakter saja.

Lain lagi dengan kriteria penulisan judul, kriteria untuk berita *online* tidak terbatas dalam menulis berita. Namun, harus terdapat *pagination*. Untuk mendapatkan *page viewers* yang tinggi, Kepala Editor berpendapat bahwa paling tidak terdapat 4 halaman dalam satu berita (Galih Permadi, Lampiran 2, hal. q).

Jika sudah terdapat 4 halaman, maka kriteria dalam penulisan sudah terpenuhi. Untuk informasi yang viral di media sosial, jurnalis Tribunjateng.com tetap menyebutkan bahwa informasi tersebut berasal dari media sosial seperti “dikutip dari akun Instagram atau dari video yang diunggah oleh Instagram/TikTok/Twitter @”.



**TRIBUNJATENG.COM** - Video seorang petani sawit ajak maling se-Indonesia mencuri sawit di kebunnya viral.

Video itu ia buat lantaran kecewa harga buah sawit di bawah Rp 1000,.

Video tersebut awalnya diunggah oleh akun Tiktok @bosbege pada Minggu (10/7/2022).

Dalam video itu nampak seorang pria yang mengenakan kaos pendek kerah sedang berdiri di kebun sawit.

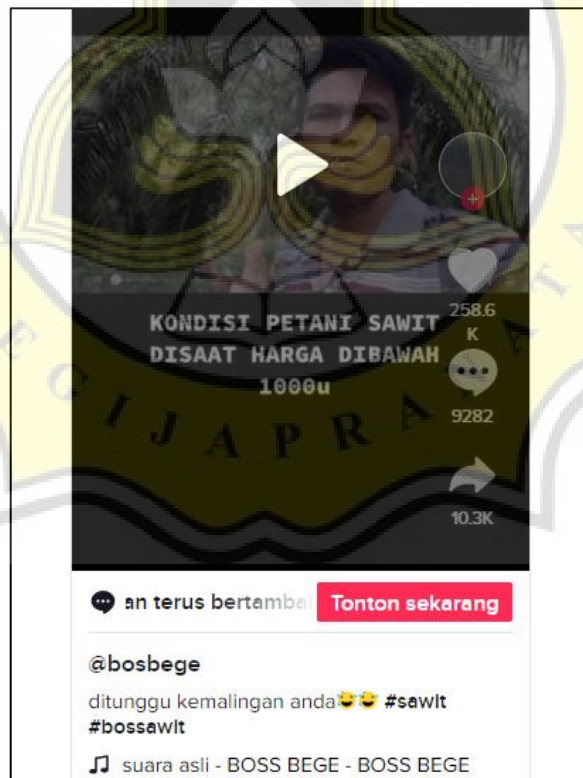
Pria yang diduga pemilik kebun sawit itu mempersilahkan maling untuk mencuri buah sawit di kebunnya.

*"Diinformasikan kepada maling-maling di Indonesia, yang pengen maling buah sawit silahkan datang ke kebun saya. Saya tunggu ya, silahkan maling tidak saya apa-apakan. Kalau mau ambil, ambil semua,"* ucap pria itu.

Pria tersebut hanya meminta para maling untuk merapikan pelepah usai mengambil buah sawit.

*"Dengan syarat, Anda harus rapikan pelepah-pelepahnya,"*

Ia juga menghimbau maling untuk datang siang hari.



Dari keterangan seorang netizen, video itu direkam di daerah Bengkulu Selatan.

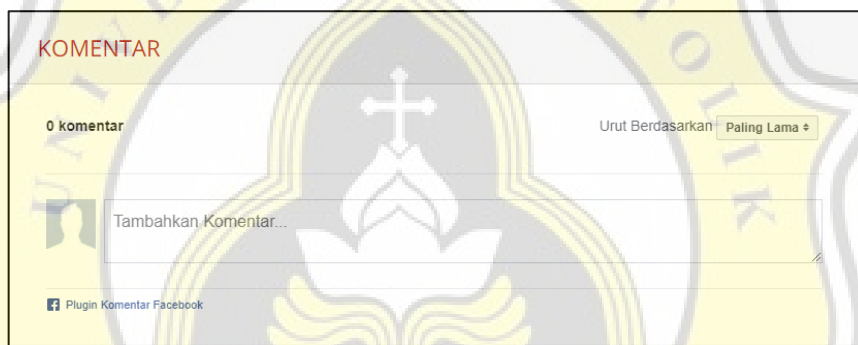
Namun sampai berita ini ditulis belum ada keterangan resmi dari pihak terkait. (\*)

**Gambar 4.11 Penulisan Isi Berita yang Bersumber Media Sosial**  
Sumber: jateng.tribunnews.com

Gambar di atas menunjukkan bahwa berita bersumber dari media sosial TikTok dengan akun @bosbege. Berita ini ditulis jika informasi didapatkan dari media sosial dengan menyertakan nama akun, *link* video untuk mempertegas bahwa informasi tersebut bukan hoaks. Terlebih, jika informasi tersebut masih sebagai sumber tunggal, dalam badan berita dituliskan “namun sampai berita ini ditulis belum ada keterangan resmi dari pihak terkait”. Hal ini sebagai *disclaimer* untuk pembaca bahwa berita tersebut belum terverifikasi secara resmi dan pihak Tribunjateng.com akan sesegera mungkin untuk mendapatkan konfirmasi dari pihak terkait. Setelah menuliskan isi berita, Like Adelia akan menambahkan *tag* untuk menambah *viewers* dari pembaca. Setelah itu, menuliskan TRIBUNJATENG.COM pada awal isi berita, mencantumkan penulis dan editor, dan menambahkan foto atau *link* video pada fitur *insert*. *Insert* ini terdapat *insert photos*, *insert video*, *insert sosmed* sehingga bisa memperlengkap berita yang akan ditulis. Fitur *insert* ini adalah sistem yang dibuat oleh Tribunjateng.com sendiri untuk mempermudah jurnalis dalam penulisan berita. Seperti *insert photos* untuk menambahkan foto di isi berita, *insert video* untuk menambahkan *link* video yang ada di kanal Youtube Tribunjateng.com, hingga *insert sosmed* untuk menambahkan *link* unggahan yang dijadikan sumber informasi dalam pembuatan

berita. *Insert sosmed* ini terdapat beberapa fitur untuk masing-masing media sosial seperti Instagram, Twitter, Facebook, hingga TikTok sehingga tampilan unggahan informasi viral bisa ditampilkan dalam badan berita.

Gabungan format-format yang ada di berita Tribunjateng.com menunjukkan karakteristik media *online*. Mulai dari teks, foto, video, hingga *link* dicantumkan di dalam isi berita. Selain itu, adanya kolom komentar di *website* Tribunjateng.com menambah karakteristik media *online* yaitu *relationship with reader* dimana mereka bisa menambahkan komentar pada berita yang disajikan.



**Gambar 4.12 Kolom Komentar Tribunjateng.com**  
Sumber: [jateng.tribunnews.com](http://jateng.tribunnews.com)

#### **4.2.4 Penerbitan di *Website* dan Media Sosial Tribunjateng.com**

Setelah selesai menuliskan berita, jurnalis akan meneruskan ke editor untuk dikoreksi judul dan isi beritanya. Galih Permadi sebagai editor Like Adelia akan mengoreksi berita tersebut dan setelah melewati konsultasi, maka berita tersebut akan mendapat persetujuan untuk diterbitkan di *website*. Ketika sudah mendapat persetujuan, maka media Tribunjateng.com siap dalam bertanggung jawab dalam berita tersebut. Berita yang bersumber dari media sosial yang sudah diterbitkan di *website*, belum tentu semua orang membaca sehingga Tribunjateng.com membutuhkan media sosial untuk menyebarkan berita tersebut.



**Gambar 4.13** Berita yang Diterbitkan di Tribunjateng.com\ Sumber: jateng.tribunnews.com

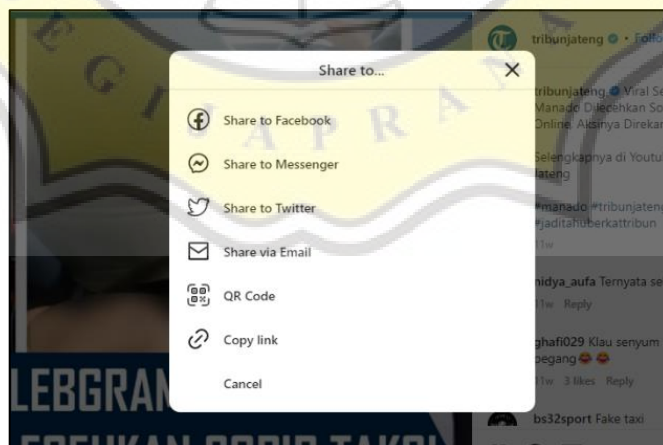
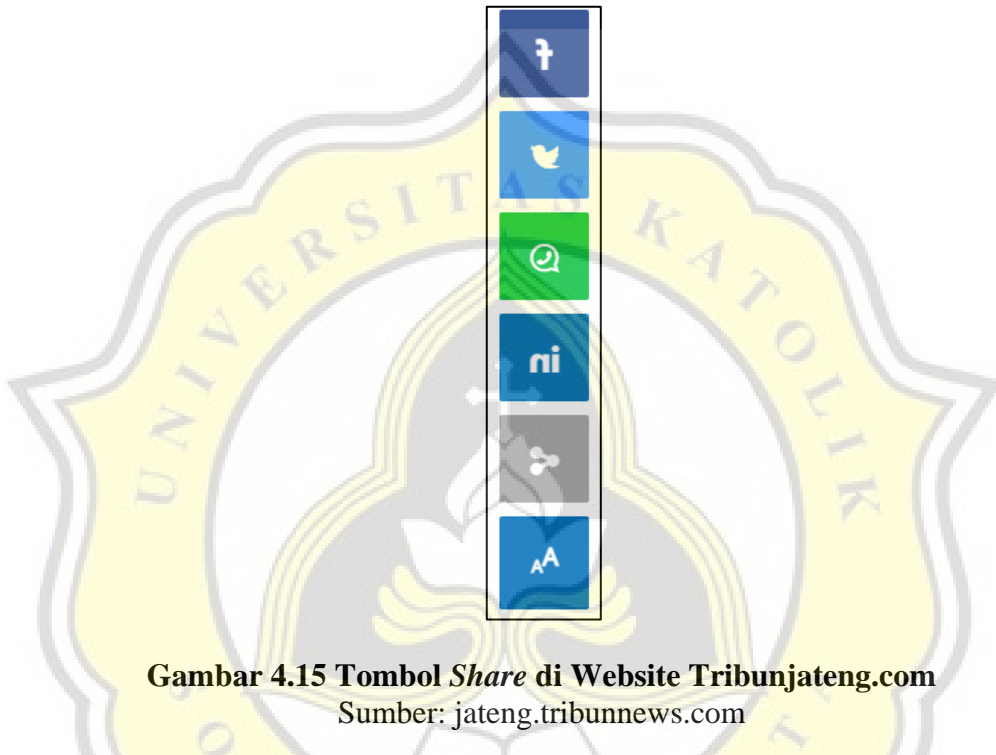


**Gambar 4.14** Unggahan Berita di Akun Instagram @tribunjateng Sumber: instagram.com/tribunjateng

Media sosial menjadi satu dari banyak cara untuk mendapatkan dan menyebarkan berita. Menurut Galih Permadi, Pimpinan Redaksi Tribunjateng.com, media *mainstream* dan media sosial menjadi bukti bahwa mereka bisa saling mendukung dalam mencari dan menyebarkan kembali berita (Erwin Ardian, Lampiran 2, hal. hh). Maka dari itu, Tribunjateng.com mempunyai Youtube yang menjadi terbesar di Jawa Tengah dengan 1,3 juta *subscribers*.



Kemudian terdapat Instagram, Facebook, hingga Tiktok yang memiliki pengikut 3,4 juta. Hal ini menjadi salah satu andalan bagi Tribunjateng.com untuk memperluas jangkauan berita-berita yang diterbitkan di Tribunjateng.com (Erwin Ardian, Lampiran (), hal. ()).





Dalam hal ini, karakteristik media *online* dan media sosial dalam menggabungkan kecepatan dan penyebaran bisa dilakukan di Tribunjateng.com. Melalui tombol *share* yang ada di *website* Tribunjateng.com memungkinkan untuk menyebarkan berita secara cepat melalui media *online* maupun media sosial.

#### **4.2.5 Running News**

Pembuatan berita yang hanya bersumber dari media sosial saja akan tetap membutuhkan konfirmasi, verifikasi, hingga informasi tambahan melalui narasumber/pihak terkait. Biasanya, respon narasumber membutuhkan 10-15 menit untuk mendapatkan verifikasi, “Seperti kepolisian, 10-15 menit bisa di buat verifikasi. Kalau verifikasi yang membutuhkan jurnalis turun ke lapangan biasanya butuh setengah sampai satu jam.” Ungkap Galih Permadi, Kepala Editor Tribunjateng.com. Tambahan informasi ini akan menambah unsur 5W+1H dalam berita yang bersumber dari media sosial. Untuk menyajikan informasi tambahan tersebut, Tribunjateng.com akan membuat *running news* atau berita berjalan. Menurut Budiono Darsono, *running news* merupakan tema berita yang terdiri dari beberapa berita dan terus di *update* sesuai perkembangan peristiwa tersebut. Tujuannya untuk memberikan informasi yang aktual, faktual, dan akurat.



#### **Gambar 4.17 Unggahan Charly Van Houten Tentang Kecelakaan di Tol Cipularang**

Sumber: [instagram.com/charly\\_setiaku](https://www.instagram.com/charly_setiaku)

Gambar diatas adalah video yang di unggah oleh Charly Van Houten tentang informasi singkat mengenai kecelakaan yang ditimpanya di jalan Tol Cipularang. Unggahan ini menjadi verifikasi atas informasi yang didapat oleh Like Adelia di media sosial TikTok karena Charly sendiri yang membenarkan bahwa Charly dan tim mengalami kecelakaan seperti video viral yang beredar. Tidak hanya unggahan dari Charly, pihak kepolisian yaitu Kanit Laka Lantas Polres Cimahi, Ipda Bayu Subekti juga memberikan keterangan kronologi kecelakaan yang ditimpa oleh Charly. Setelah mendapatkan informasi yang faktual dari berbagai sumber, Tribunjateng.com akan menambahkan klarifikasi dan mengembangkan peristiwa yang terjadi dengan membuat *running news*.

Berita Artis

## Kondisi Terkini Charly Van Houten Eks ST12 Setelah Kecelakaan di Tol Cipularang

Minggu, 10 Juli 2022 13:36

Editor: rival al manaf



TRIBUNJATENG.COM, CIMAHI - Kondisi terkini eks vokalis band ST12 Charly Van Houten setelah mengalami kecelakaan di Jalan Tol Cipularang dibagikan di unggahannya di media sosial.

Charly juga mengunggah kondisi mobil yang ditumpangnya yang terlihat ringsek usai kecelakaan pada Sabtu (9/7/2022).

Sementara, petugas tol pun terlihat turut membantu untuk melakukan evakuasi atas kendaraan yang ditumpangnya.

### Kronologi

Charly Van Houten eks vokalis band ST12 beserta kru nya jadi korban kecelakaan di Tol Cipularang Kilometer 102 pada Sabtu (9/7/2022) sekira pukul 00.30 WIB.

**Iklan untuk Anda: Perhatian! Sebuah kamera dipasang dalam kuburan dengan mayat!**

Advertisement by popIn

Mobil Toyota Hiace dengan nomor polisi D 7239 AS yang ditumpangnya bersama kru menabrak bagian belakang truk dari arah Jakarta menuju Bandung.

Kronologi kecelakaan itu diungkapkan Kanit Laka Lantas Polres Cimahi Ipda Bayu Subekti.

Kecelakaan yang menimpa vokalis grup band Setiaku berawal ketika Toyota Hiace oleng.

**Gambar 4.18 Contoh *Running News***

Sumber: [jateng.tribunnews.com](http://jateng.tribunnews.com)

Berita dengan judul “Kondisi Terkini Charly Van Houten Eks ST12 Setelah Kecelakaan di Tol Cipularang” menjadi contoh *running news* dari berita yang berjudul “Charly Vanhoutten dan Crew Setia Band Dikabarkan Alami Kecelakaan”. Berita pertama hanya menjelaskan bagaimana sebuah video viral di TikTok yang memperlihatkan kondisi mobil yang ringsek dan terdengar suara dari Charly. Berita tersebut hanya menampilkan sumber tunggal yaitu hanya video viral dari media sosial saja, sehingga membutuhkan verifikasi lebih lanjut. *Running news* peristiwa kecelakaan Charly menampilkan klarifikasi lengkap dari Charly melalui media sosial dan pihak kepolisian yang menjelaskan kronologi kecelakaan. *Running news* memberikan informasi lanjutan dari waktu ke waktu untuk memberikan informasi yang faktual, akurat, dan aktual. Hal ini menjadi peran penting bagi media *online* yang menjadi peran sebagai *gatekeeper* atau penyaring informasi.

### **4.3 Analisis Penelitian**

Pada bab ini, peneliti menjabarkan data dari temuan penelitian setelah mengumpulkan data dengan observasi dan wawancara. Hasil data yang dikumpulkan peneliti, terlihat muncul kecenderungan data dengan pola sama. Artinya, data yang dikumpulkan sudah berupa data jenuh (*saturated data*).

Selanjutnya, peneliti mengelompokkan data-data ke beberapa kelompok data dan mendeskripsikan dalam kategori berikut ini.

#### **4.3.1 Media Sosial Sebagai Sumber Berita**

Media *online* menghadirkan jurnalisme *online* sebagai proses kegiatan berbasis internet. Aktivitas dan juga interaksi oleh khalayak di seluruh dunia dilakukan melalui internet terbilang cukup intensif dan masif. Mengakses media sosial didasari oleh banyak tujuan dan motif khalayak sehingga di dalamnya terdapat banyak informasi-informasi yang dapat menjadi sumber berita.

Informasi-informasi yang ada di media sosial dapat digunakan sebagai sumber pemberitaan jurnalis. Hal ini media sosial bisa dimanfaatkan oleh jurnalis sebagai sumber berita (Lidkk., 2015). Bisa diartikan, apa yang ada di media sosial, datanya bisa diambil untuk menunjang pekerjaan jurnalis. Jurnalis Tribunjateng.com memanfaatkan media sosial sebagai sumber data. Data yang diambil adalah informasi-informasi viral yang ada di media sosial.

##### **4.3.1.1 Unggahan dan Komentar Warganet Sebagai Sumber berita**

Like, jurnalis Tribunjateng.com memanfaatkan informasi viral yang ada di media sosial sebagai sumber berita. Biasanya, Like memantau melalui akun-akun yang menyebarkan hal-hal viral yang ada di masyarakat. Dalam menanggapi suatu isu viral, warganet memberikan berbagai tanggapan / komentar hingga mengunggah isu tersebut dalam bentuk positif dan juga negatif. Hal ini membuat jurnalis/editor bisa menjadikan isu tersebut sebagai konten pemberitaan.

“Kalau viral atau enggak, dari TikTok kan ketahuan ya dari FYP gitu ya. Kalo aku sih lebih lihatnya dari akun-akun ini sih (Instagram). Maksudnya ketahuan viral atau enggak tuh dilihat dari video itu sudah diunggah beberapa kali di akun penyebar info kayak andreli, undercover, faktaindo, merekamjakarta. Nah kalau

akun-akun itu sudah mulai unggah berarti termasuknya itu udah viral”. (Like Adelia, Wawancara)

Data dari pengguna media sosial atau yang disebut dengan *user generated content* (UGC) dimanfaatkan ragam berita yang ada di Tribunjateng.com. setelah mendapatkan data yang diinginkan, data kemudian diolah, di tulis ulang menjadi berita. Namun, jurnalis Tribunjateng.com memiliki pertimbangan-pertimbangan untuk menjadikan unggahan di media sosial sebagai sumber berita. Menurut Like, unggahan yang memiliki nilai berita, menarik, unik, viral menjadi pertimbangan unggahan tersebut bisa diterbitkan menjadi berita (Like Adelia, Lampiran 2, hal. j). Tidak hanya unggahan dari media sosial saja yang bisa menjadi sumber berita, komentar-komentar warganet di unggahan informasi viral dapat memperkaya isi berita.

“aku selalu melihatnya video itu viral dan aku nambahin komen di artikel yang aku tulis. Aku nulisnya 3-4 komentar gitu, sekiranya komentarnya yang bikin kesel atau yang bikin gemes atau yang informatif, itu aku masukkin. Kalau yang komentar maki-makian gitu kayak “anjir” itu enggak. Cuman kalau komentar sedikit dan memang kepepet, itu nanti kita sensor. Misal, “a\*\*\*\*sih”. (Like Adelia, Wawancara)

Komentar-komentar di unggahan media sosial menjadikan berita yang diterbitkan menjadi lebih kaya. Di satu sisi menginformasikan isu yang sedang terjadi, di sisi lain berita memperlihatkan bagaimana tanggapan pengguna-pengguna media sosial yang dapat menuai pro dan kontra. Hal ini menjadi perhatian tersendiri terlebih jika unggahan dari orang terkenal. Seperti contohnya adalah kasus lembaga filantropi Aksi Cepat Tanggap (ACT) dimana kehidupan mantan pimpinan dan pendiri ACT yaitu Ahyudin disoroti warganet dengan trending Twitter #Janganpercaya ACT dan #AksiCepat Tilep.





**Gambar 4.19 Trending Twitter #janganpercayaACT**  
 Sumber: [twitter.com/bobby\\_risakotta](https://twitter.com/bobby_risakotta)



**Gambar 4.20 Trending Twitter #JanganpercayaACT (lanjutan)**  
 Sumber: [twitter.com/infojakarta](https://twitter.com/infojakarta)





**Gambar 4.21 Trending Twitter #JanganpercayaACT (lanjutan)**

Sumber: [twitter.com/mahasiswigenz](https://twitter.com/mahasiswigenz)

Editor Tribunjateng.com, Muslimah membuat berita dari data yang dikumpulkan dari cuitan dan komentar warganet di Twitter berdasarkan pantauan di Twitter Trending.

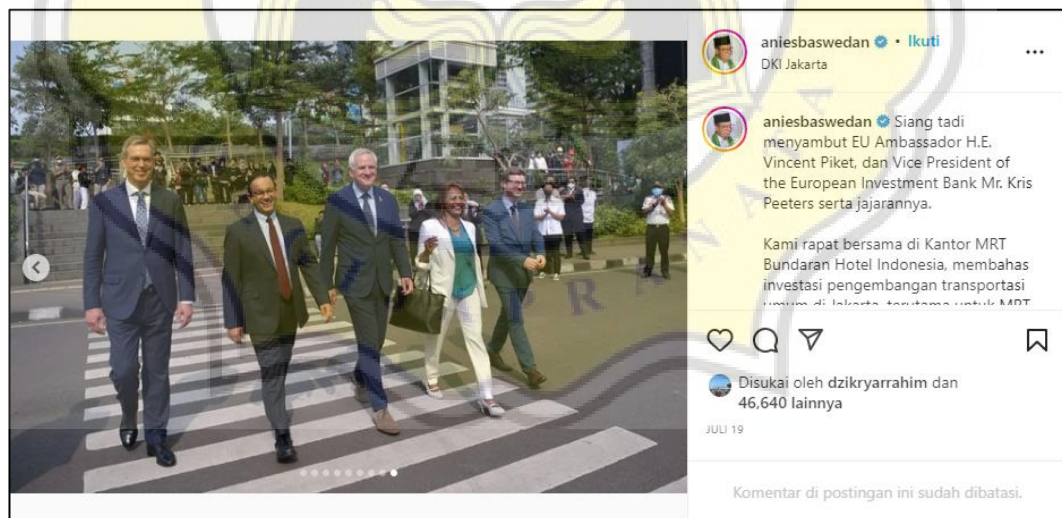


**Gambar 4.22 Unggahan dan Komentar Twitter sebagai Sumber Berita**

Sumber: [jateng.tribunnews.com](https://jateng.tribunnews.com)

Dahulu, masyarakat akan menanggapi sebuah peristiwa yang didapat secara tatap muka, sekarang dengan menggunakan dan menetikkan *hashtag* di Twitter, jurnalis dapat memantau warganet yang menanggapi peristiwa yang sedang terjadi tanpa harus turun ke lapangan. Hal ini menjadi perbedaan bagi media massa *mainstream* dengan media baru. Dimana media sosial bisa menjangkau lokasi tanpa harus turun lapangan, dan lebih efisien waktunya (Akintola dkk., seperti dikutip dalam Larasati, 2018).

Selain informasi viral yang terdapat di tengah masyarakat yang viral di media sosial, jurnalis juga memanfaatkan akun resmi atau akun tokoh nasional melalui akun media sosial sebagai sumber berita. Seperti potret Anies Baswedan yang berkunjung ke Citayam Fashion Week SCBD bersama tamu luar negeri.



**Gambar 4.23 Unggahan Anies Baswedan di Instagram**

Sumber: [instagram.com/aniesbaswedan](https://www.instagram.com/aniesbaswedan)

Unggahan dari akun tokoh nasional yang resmi tidak perlu dilakukan konfirmasi ulang. Karena menurut Erwin, unggahan oleh akun resmi di media

sosial diyakini sudah terverifikasi (Erwin Ardian, Lampiran 2, hal. s). Unggahan dan komentar warganet di media sosial membuktikan bahwa bisa menjadi sebuah berita. Tidak hanya itu, menurut Like di media sosial informasi yang disajikan masih setengah sehingga fungsi media massa menyuguhkan fakta-fakta dari berita viral di media sosial (Like Adelia, Lampiran 2, hal. k). Bisa diartikan, berita yang bersumber dari media sosial tidak hanya sekadar menulis ulang, namun menyuguhkan fakta dan kebenaran ke khalayak sehingga tidak menimbulkan hoaks.

#### 4.3.1.2 Media Sosial Membantu mendapatkan Peristiwa

Menurut Gangnon (seperti dikutip dalam Larasati, 2018) media sosial memberikan kesempatan antara jurnalis dan khalayak dalam pelaporan peristiwa yang sedang terjadi. Laporan warganet yang dibagikan melalui unggahan di media sosial akan digunakan oleh jurnalis dalam mengetahui peristiwa di tengah masyarakat. Hal ini disepakati oleh Galih Permadi selaku Kepala Editor Tribunjateng.com yang mengungkapkan adanya media sosial memudahkan jurnalis dalam mencari berita.

“Jadi dengan adanya media sosial, lebih memudahkan tugas jurnalis. Tapi tidak meninggalkan kode etiknya. Memudahkan ide berita lebih kreatif terus berita ketika ada *human interest* yang membutuhkan bantuan, sakit. Jadi akan lebih variatif untuk pemberitaan dan tidak monoton dibandingkan dulu pemberitaannya hanya seputar pemerintah, di kota saja.” (Galih Permadi, Wawancara)

Media sosial digunakan jurnalis dalam mengamati kejadian berdasarkan laporan warga yang tidak terjangkau oleh jurnalis pada saat itu. Seperti contoh peristiwa jatuhnya pesawat T50I di Blora. Informasi ini menurut Galih didapatkan dari video yang beredar di story WhatsApp.



**Gambar 4.24 Berita Pesawat Jatuh yang Didapatkan melalui WhatsApp**  
Sumber: jateng.tribunnews.com

Peristiwa ini menjadi contoh bahwa media sosial membantu jurnalis untuk menemukan peristiwa. Ketika video ini beredar, Tribunjateng.com mengawali dengan memastikan bahwa peristiwa itu terjadi pada hari itu. Setelah mendapatkan konfirmasi, Galih berani menerbitkan berita tersebut walaupun belum diverifikasi oleh pihak resmi dengan permainan judul. “kalau belum tahu jenis pesawatnya, kita kasih judul “benarkah itu T50I?”, dan memberikan *disclaimer* bahwa wartawan saat ini sedang menuju TKP untuk memastikan kejadian tersebut”, ungkap Galih.

Bossio (2017), dalam Larasati (2018) menjelaskan partisipasi dalam membagikan informasi yang dilihat dan disaksikan oleh warga merupakan bagian dari karakter media sosial. Warga secara bebas dapat mengunggah dan melaporkan peristiwa yang terjadi atau bisa disebut dengan yang disebut *user generated content* (UGC) sebagai karakteristik dari media sosial. Konten di media sosial merupakan milik pemilik akun media sosial itu sendiri sehingga



pengguna memiliki keleluasaan untuk mengunggah konten hingga berinteraksi (Nasrullah, 2017). Bisa diartikan, khalayak bisa memproduksi konten itu sendiri tanpa melalui *gatekeeper* dan mendistribusikannya melalui media sosial sehingga khalayak menjadi objek aktif dalam distribusi pesan.

Kemudian, sifat dari media sosial lainnya adalah informasi yang diperoleh secara cepat. *Feedback* atau tanggapan yang didapat dari pengguna media sosial menjelaskan bahwa peristiwa terjadi secara *real time* (Taprial dan Kanwar, 2012). Selain itu, saat pengguna mulai menanggapi sebuah informasi di media sosial, maka muncul interaksi antarpengguna yang juga merupakan karakteristik media sosial. Jurnalis terbantu adanya media sosial karena tidak harus melihat lokasi secara langsung dan bisa mendatangi lokasi setelah kejadian terjadi. Jurnalis bisa mendapatkan data dari media sosial untuk menjadi berita yang sudah memenuhi standar berdasarkan fakta dan data peristiwa (Juditha, 2013).

#### 4.3.1.3 Media Sosial Menjadi Referensi Isu-isu Terkini

Berdasarkan hasil wawancara, peneliti melihat media sosial dijadikan sebagai referensi konten berita. Namun, bukan menjadi acuan yang penting dalam pemberitaan hanya sebatas memberikan referensi informasi pada pemberitaan. Menurut Galih, isu-isu besar biasanya masuk dengan sendirinya di media sosial seperti Facebook, Twitter, Youtube, Instagram, dan TikTok. “kita pagi-pagi selalu melihat media sosial ya, dengan melihat apa yang sedang tren seperti di Twitter ada Trending, di TikTok dari jumlah penonton, Google

Trend juga untuk melihat ada yang bisa diolah menjadi berita atau tidak,” ungkap Galih dalam wawancara bersama peneliti.

Semua saluran dimanfaatkan Tribunjateng.com untuk mencari isu apa yang sedang hangat terjadi dan menjadi perbincangan. Namun yang diperhatikan, bagaimana isu tersebut mempunyai nilai berita. Menurut Galih, jika konten tersebut hanya sekadar drama/sandiwara/dagelan, pihak editor tidak akan mengambil konten tersebut walaupun menjadi *trending* di media sosial. Untuk melihat sebuah isu haruslah jeli dan berhati karena yang berseliweran di media sosial begitu banyak dan tidak bisa di filter.

Sama halnya dengan Like Adelia, jurnalis Tribunjateng.com yang setiap hari melihat media sosial untuk melihat ada peristiwa atau isu yang sedang hangat diperbincangkan di media sosial.

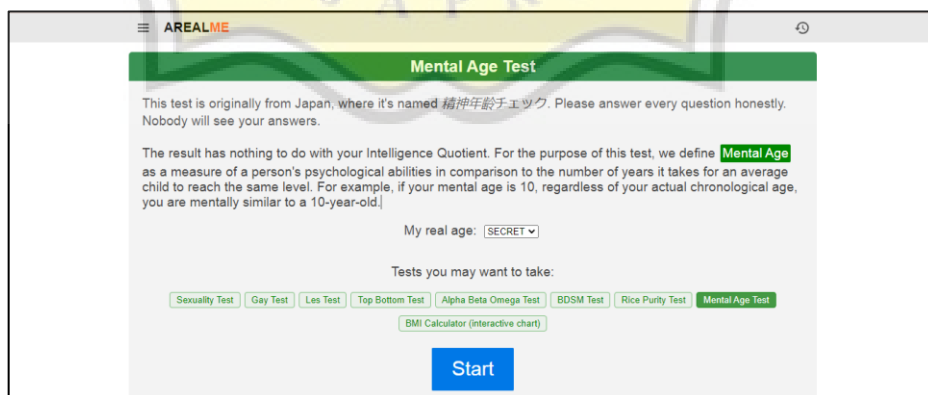
“nah untuk berita viral kita sumbernya dari Instagram, Tiktok, Twitter, Facebook. Semisal ini ada yang viral, biasanya aku *follow* akun-akun viral kayak andreli (@andreli\_48). Ini dia kan selalu *update* kejadian-kejadian viral kayak gini, aku ambilnya disini.” (Galih Permadi, Wawancara)

Like memantau media sosial untuk mencari konten dan sebagai referensi berita yang akan diterbitkan di *website* Tribunjateng.com. Terlebih Like ditugaskan untuk membuat berita-berita yang khusus bersumber dari media sosial, sehingga media sosial sangat erat dengan pekerjaan Like sebagai jurnalis saat ini. Muslimah selaku editor juga mengungkapkan bahwa dengan adanya media sosial, mencari informasi yang diinginkan menjadi lebih mudah (Muslimah, Lampiran 2, hal. y). Interaksi dan diskusi yang terjadi di media sosial antarpengguna, jurnalis, hingga redaksi adalah bentuk kolaborasi bahwa

jurnalis dan pengguna media sosial sama-sama menghasilkan suatu konten berita.

“sekarang informasi ini lebih cepat, kalau dulu kan tidak ya harus cari di lapangan dulu. Soalnya aku sendiri juga wartawan tua ya mbak, jadi tahu gimana sekarang mudahnya mencari informasi dibandingkan dulu. Kita sekarang pagi-pagi buka Twitter sudah bisa dapat informasi juga kan ya, bisa dijadikan artikel karena menarik. Kayak aku pagi-pagi sudah lihat apa yang *trending*, nanti dikembangkan menjadi berita. Jadi berbekal dari media sosial, kita bisa menemukan banyak fakta yang menarik dan bisa dikembangkan.” (Muslimah, Wawancara)

Media sosial menjadi wadah yang penting untuk mendapatkan referensi berita di masyarakat yang sebagian besar sudah menjadi pengguna media sosial. Media sosial menyajikan wadah yang bisa digunakan oleh pengguna kapanpun, dimanapun, dan siapa saja. Maraknya informasi viral menjadi fenomena karena banyaknya interaksi antarpengguna dan membuat informasi tersebut bisa menjadi viral. Seperti contoh tren menggunakan *mental age test* yang menjadi perbincangan hangat di Twitter dan Tiktok. Tes ini bisa mengetahui tolak ukur pemikiran yang cocok seseorang di usia berapa. Tes ini menggunakan *website* dan masyarakat penasaran dengan usia mental mereka hingga mengikuti tren ini.

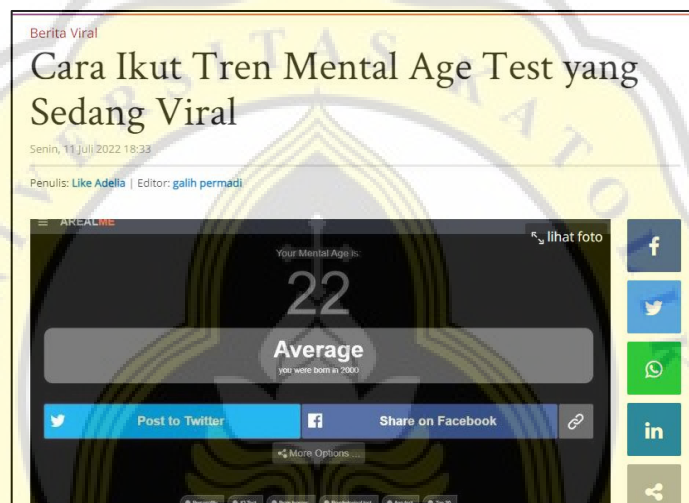


**Gambar 4.25 Website *Mental Age Test***

Sumber: [www.arealme.com](http://www.arealme.com)



Jurnalists melihat tren mengetahui usia mental seseorang yang sedang menjadi perbincangan hangat di media sosial dan mendapatkan referensi ide konten untuk dijadikan berita. Maka, [Tribunjateng.com](http://Tribunjateng.com) membagikan langkah-langkah mengikuti tren *mental age test* untuk pembaca yang belum mengetahui bagaimana cara mengetahui usia mental mereka.



**Gambar 4.26** Berita Tren *Mental Age Test*  
Sumber: [jateng.tribunnews.com](http://jateng.tribunnews.com)

Seperti contoh di atas, media sosial membantu mendapatkan referensi isu-isu terkini yang hangat diperbincangkan masyarakat. Selain memudahkan jurnalis dalam hal kecepatan, membantu jurnalis juga untuk menerbitkan ragam berita yang menarik salah satunya bersumber dari media sosial.

#### **4.3.2 Peran Jurnalis di Era Media Sosial**

Jurnalis mempunyai peran sebagai *gatekeeper* yang bertugas untuk menyaring informasi, mencari objektivitas, hingga menyebarkan informasi yang penting bagi masyarakat. Hal ini diungkapkan oleh Galih dan Muslimah yang

sepakat bahwa peranan media adalah menjadi rujukan penting bagi pembaca.

“Jadi lewat [Tribunjateng.com](http://Tribunjateng.com) memberikan informasi yang benar, faktual, dan bermanfaat gitu untuk pembaca,” ungkap Galih Permadi.

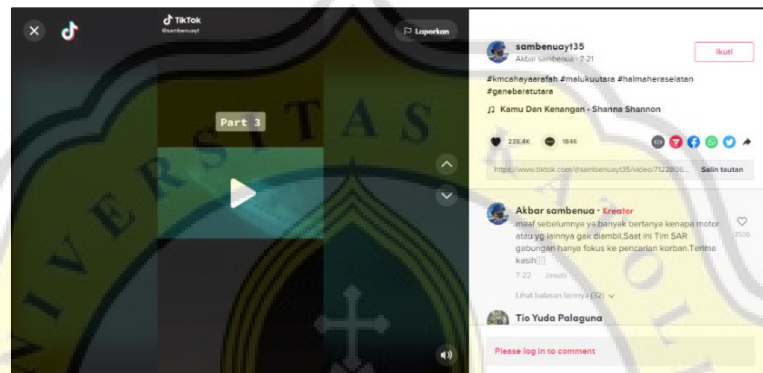
“justru malah makin diperlukan ya. Karena kalau yang beredar di media sosial kan kita belum tahu apakah itu benar atau salah ya. Sementara tugas dari jurnalis itu menyajikan fakta-fakta yang ada di masyarakat tanpa menambahi dan mengurangi. Jadi sebagai rujukan ketika ada hoaks apakah sudah terkonfirmasi atau belum.” (Muslimah, Wawancara)

Sebagai media yang menjadi tempat menyebarkan informasi yang faktual, jurnalis menjadi peran yang penting bagi media dan pembaca untuk menjaga kepercayaan khalayak (Ode, 2014). Jurnalis yang dahulu mempunyai wewenang terhadap akses sumber berita dan membentuk opini publik, sekarang berubah dengan adanya media sosial. Setiap orang yang mempunyai media sosial berpotensi mempunyai akses sumber pemberitaan. Banjirnya informasi di media sosial memungkinkan informasi-informasi yang disajikan juga bukan sesuai fakta. Maka, jurnalis di era media sosial dituntut untuk lebih kuratif dalam aktivitas jurnalistiknya (Bossio seperti dikutip dalam Larasati, 2018). Pimpinan Redaksi [Tribunjateng.com](http://Tribunjateng.com), Erwin Ardian juga beranggapan bahwa media sosial itu satu dari banyak cara untuk mendapatkan berita sehingga jurnalis tetap menjadi peran penting dalam menyebarkan informasi.

“jadi jangan lupa bahwa kita masih punya reporter yang setiap hari bertugas untuk mencari berita. Media sosial memang menjadi pelengkap agar berita kita lebih berwarna. Tapi ya tadi kita beranggapan media sosial tidak menjangkau semua pembaca kita sehingga saling mendukung antara jurnalis dan media sosial.” (Erwin Ardian, Wawancara)

Maraknya informasi yang beredar di media sosial, tidak semata-mata terjangkau oleh pembaca setia di media *online*. Namun, tidak dipungkiri juga bahwa pengguna media sosial sendiri bisa mengakses informasi bahkan

mengunggah informasi ke media sosial tanpa perlu *gatekeeper*. Jurnalis yang terbantu oleh media sosial dalam mendapatkan informasi bertugas untuk menyaring informasi-informasi yang penting bagi masyarakat. Seperti menerjemahkan ke dalam narasi berita sehingga mudah dibaca oleh masyarakat (Bossio seperti dikutip dalam Larasati, 2018).



**Gambar 4.27 Laporan Langsung Penemuan Kapal di TikTok @sambenuayt35**

Sumber: [tiktok.com/sambenuayt35](https://www.tiktok.com/sambenuayt35)



**TRIBUNJATENG.COM** - Kapal Motor Cahaya Arafah yang tenggelam di Perairan Tokaka, Gane Barat, Halmahera Tengah ditemukan di dasar laut.

Hal itu terlihat dari unggahan akun Instagram @sambenuayt pada Rabu (20/7/2022).

Dalam video itu terlihat sejumlah penyelam yang mencari keberadaan KM Cahaya Arafa yang tenggelam pada Senin (18/7/2022).

Kondisi kapal berwarna putih itu tampak masih utuh dan berdiri tegak.

**Baca juga:** *Oknum Satpol PP Kudus Tendang Badut Saat Melakukan Penertiban, Videonya Viral*

Sejumlah sepeda motor yang diangkut di bagian depan kapan juga masih terikat.

Bahkan penyelam yang menemukan kapal ini pun terdengar terisak saat berenang mendekati kapal.

Petugas selam juga mengaitkan tali ke sejumlah bagian kapal.

Bangkai KM Cahaya Arafah ini ditemukan oleh Tim Selam SAR Gabungan di kedalaman 42 meter perairan Desa Tokaka.

Kapal ditemukan setelah ada tanda munculnya gelembung solar di permukaan laut.

**Iklan untuk Anda:** *Ibu Rumah Tangga Ditemukan Dalam Perut Ular Raksasa: Rekamannya shocking!*

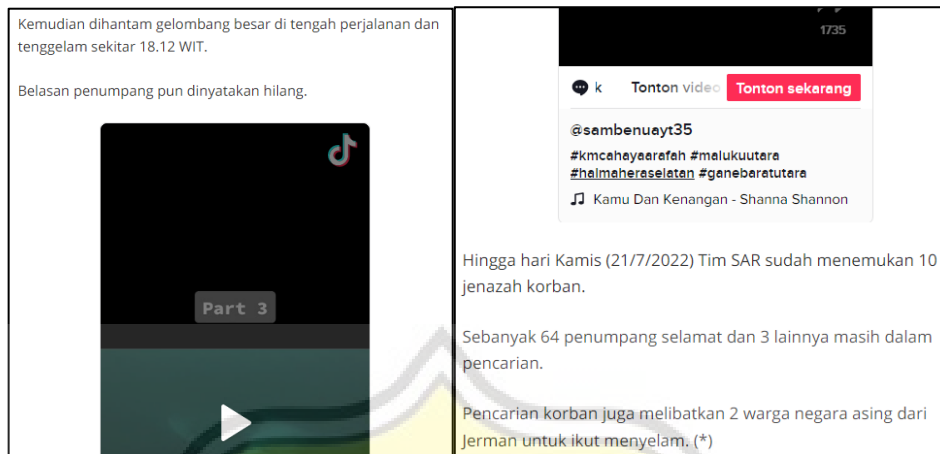
Advertisement by 

Sebelumnya Kapal Motor Cahaya Arafah tenggelam di Perairan Tokaka, Gene Barat, Halmahera Tengah, Maluku Utara pada Senin (18/7/) lalu.

"Diinformasikan tenggelam di perairan Tokaka Pulau Halmahera Selatan akibat dihantam gelombang laut," ucap Kepala KSOP Pelabuhan Kelas II Ternate Agustinus.

Kapal ini membawa 66 orang pengumpang dan 11 ABK.

KM Cahaya Arafah berangkat dari Ternate menuju ke Halmahera pukul 08.30 WIT.



**Gambar 4.28 Berita Bangkai kapal yang Ditemukan Tim Selam**

Sumber: jateng.tribunnews.com

Pada contoh diatas, laporan langsung pada media sosial menyediakan peristiwa secara langsung karena pengunggah melihat terjadinya peristiwa dan didokumentasikan (Corasaniti dalam Larasati, 2018). Informasi tersebut tidak diterima mentah-mentah sebagai bentuk karya jurnalistik karena terkadang pengambilan gambar dan kualitas audio tidak terdengar jelas. Walaupun berdasarkan fakta, tidak serta merta diterima oleh jurnalis untuk dijadikan sebuah berita. Maka dari itu, jurnalis mempunyai peran untuk menjembatani antara laporan langsung dari unggahan di media sosial dimana menggabungkan informasi-informasi narasumber lain menjadi sebuah berita yang utuh. Contoh diatas menggabungkan narasumber yaitu Kepala KSOP Pelabuhan Kelas II Ternate, Agustinus. Penambahan nilai ini disebut dengan *organize* dimana mengumpulkan konten-konten dari berbagai sumber seperti blog, wawancara, *tweet*, unggahan untuk menceritakan kronologi suatu peristiwa. Selain itu, jurnalis harus memberikan gambaran yang baik tentang sebuah peristiwa atau yang disebut dengan *summary*. Penggambaran ini diberikan melalui berita yang sudah

secara mudah dibaca oleh pembaca dimana sebelumnya informasi hanya dalam bentuk video saja.

Tidak hanya menggabungkan berbagai macam sumber, jurnalis juga menambahkan nilai *original reporting* dimana Like menambahkan *link* unggahan video bangkai kapal di dalam isi berita. Hal ini melengkapi kompilasi konten dengan berita dan terakhir adalah menambahkan tautan konten sebelumnya agar pembaca dapat mengetahui alur isu yang sedang diperbincangkan.

#### **4.3.3 Proses Verifikasi Media Sosial**

Informasi yang ada di media sosial bisa dimanfaatkan oleh siapapun termasuk jurnalis. Menurut Ketua Dewan Pers, Bagir Manan, tidak melarang jika media sosial dimanfaatkan oleh jurnalis di Indonesia untuk menulis berita dengan catatan ‘tidak ada orang yang mengeluh’ (Sahkah Berita dari Media Sosial dalam Rosemarwati, 2019). Ucapan ini ingin mengatakan bahwa pengguna mempunyai konsekuensi pengguna sudah memutuskan untuk membagikan konten di media sosial. Jika sewaktu-waktu digunakan oleh pengguna lain termasuk jurnalis, maka mereka harus menerima dengan lapang dada.

Jurnalis juga perlu memiliki kepekaan saat meminta izin mengambil konten pengguna untuk memahami informasi mana yang bersifat pribadi dan mana juga yang bisa dikonsumsi oleh jurnalis. Hal ini juga disampaikan oleh Like, jurnalis Tribunjateng.com.

“Kalo semisal ada satu akun yang dia via siapa, kan itu kayak kiriman citizen ya.. jadi bisa kontak langsung kayak contohnya “saya dari Tribun Jateng, saya mau izin untuk menuliskan kejadiannya menjadi artikel di Tribun Jateng. Saya izin wawancara bisa pak? O iya bisa mbak, kayak gitu. Nanti ditulisnya “pengunggah saat dihubungi Tribun Jateng, pengunggah mengatakan jika kejadian ini berada di Jakarta.” Gitu..” (Like Adelia, Wawancara)



Jika menimbang pihak mana yang sebaiknya menyesuaikan diri, maka jurnalis yang harus memiliki kemampuan usaha yang lebih banyak. Hal ini dikarenakan media siber memiliki kewenangan dalam mengedit atau menghapus konten buatan pengguna (UGC) yang melanggar Kode Etik Jurnalistik sesuai Pedoman Pemberitaan Media Siber (PPMS). Sementara itu, Galih, Kepala Editor Tribunjateng.com menyepakati bahwa pemberitaan yang bersumber dari media sosial harus melakukan verifikasi.

“Pemberitaan yang bersumber dari media sosial, kita harus wajib melakukan verifikasi. Kita walaupun media online, kita harus berpatokan pada kode etik. Dalam memberikan berita yang news value yang tinggi, faktual, dan sesuai fakta di lapangan. Walaupun kita online dan mencari lewat media sosial, kita wajib klarifikasi, konfirmasi agar berita itu sesuai dengan kaidah jurnalistik. Lebih kesitu mbak pandangannya.” (Galih Permadi, Wawancara)

Dalam penuturan Galih Permadi, jurnalisme *online* tetap diwajibkan dalam melakukan verifikasi. Namun melihat jurnalis yang memiliki ritme kerja yang cepat, tindakan meminta izin dari pengguna terdengar cukup merepotkan dan bisa menunda ritme kerja jurnalis. Bagaimanapun, informasi viral di media sosial harus tetap di verifikasi dan di konfirmasi. Namun, jika informasi yang didapatkan belum bisa di konfirmasi, maka jurnalis bisa memberikan transparansi sebagai bagian dalam proses verifikasi. Hal ini dimaksudkan dengan menunjukkan dimana informasi tersebut didapatkan dengan menyertakan tautan (Bossio seperti dikutip dalam Larasati, 2018).

Seperti yang dilakukan oleh jurnalis Tribunjateng.com saat mengutip informasi di akun Instagram @andrel\_48 yang memperlihatkan video orang yang sedang memberhentikan truk. Sebagai media massa, kecepatan dalam

penyampaian informasi harus diperhatikan. Konfirmasi video tersebut pastinya akan membutuhkan waktu sehingga Like melakukan transparansi sebagai bentuk verifikasi.

“Nah kayak gini, ada kejadian orang *jegat* truk, nah aku tulis gini kan, “Dikutip dari akun Instagram atau dari video yang diunggah oleh Instagram @.” Terus ditulis juga tanggal berapa, terus *link* videonya. Terus, untuk cari konfirmasinya, aku langsung cari di Google ‘berita setop truk’. Kalau belum ada beritanya, nanti aku nulisnya begini “sampai saat ini belum diketahui lokasi dan waktu terjadinya kejadian ini.” (Like Adelia, Wawancara)

Pengambilan data di media sosial seperti penuturan Like di atas, menunjukkan bahwa sebagai bentuk verifikasi, Tribunjateng.com melakukan transparansi pada isi berita yang diterbitkan dengan menuliskan bahwa kejadian tersebut sampai saat ini belum diketahui lokasi dan waktu terjadinya. Hal ini sesuai prinsip PPMS dimana ada pengecualian jika sumber disebutkan, hingga subjek berita belum diketahui sehingga verifikasi bisa dilakukan di berita lanjutan. Maka, proses verifikasi di dalam berita yang bersumber dari media sosial adalah transparansi di isi berita. Namun, jurnalis harus tetap meneruskan verifikasi di dalam *running news*.

#### **4.3.4 Collaborating Report dalam Penyajian Berita**

Perkembangan media sosial mempengaruhi perilaku dan keseharian termasuk bagaimana memberitakan sebuah berita. Internet menjadi bagian dari aktivitas harian masyarakat di Indonesia dimana masyarakat sudah menggunakan ponsel untuk menelusuri, membaca berita *online*, hingga berinteraksi di media sosial. Peristiwa yang menarik seperti banjir, tawuran, kecelakaan lalu lintas, hingga orang mesum dibagikan secara aktif oleh

masyarakat. Pengguna inilah mempunyai kontribusi besar dalam *collaborating report* dalam penyajian berita di Tribunjateng.com.

*Collaborating report* menjadikan unggahan dan komentar warganet menjadi bentuk baru dalam pemodelan jurnalisme *online*. Hasil unggahan pengguna di media sosial merupakan hasil dari pengguna yang aktif dalam menggunakan media sosial yang mempublikasikan peristiwa di ruang publik sebagai bentuk aspirasi penggunaan ruang publik (Thomas & Akdere, 2013). Ketika ada unggahan atau komentar warganet di media sosial, banyak pengguna menjadi pro dan kontra dan sebuah isu-isu. Dari isu inilah bisa menjadi bentuk inovasi kekinian dengan memanfaatkan pro dan kontra warganet sebagai sumber berita yang siap diviralkan kembali. Jurnalis dengan mudah untuk mencari dan memilah berbagai macam informasi di media sosial untuk menjadi sumber pemberitaan yang diterbitkan melalui *website* maupun media sosial.

Di sisi lain, jurnalis juga mempunyai hambatan saat melakukan praktik *collaborating report* dimana ketika informasi yang didapatkan belum bisa dikonfirmasi secara cepat. Hal ini dikarenakan unggahan viral bisa saja didapatkan dari akun anonim hingga narasumber tidak bisa dihubungi. Seperti pengalaman dari Like Adelia saat mendapatkan sebuah video dari TikTok dimana memperlihatkan kecelakaan yang diduga Charly Van Houten eks. ST12 sebagai korban dalam kecelakaan itu. Namun, hal yang bisa dipastikan hanyalah suaranya saja.

“aku pernah nulis berita Charly Van Hounten kecelakaan yang informasinya itu dari TikTok. Di TikTok itu dia nulisnya “telah terjadi kecelakaan Charly Van Hounten di tol semalam” dan itu suaranya Charly tapi mukanya gak ada. Nah terus, aku konfirmasi di Instagram nya itu gak ada, di fansbase-nya gak ada, semua media tuh belum rilis. Dan aku juga ngontak narasumbernya dan dia bilang Charly. Cuman bingung editorku, mau naikin apa enggak ya. Aku takutnya itu hoaks dan media lain pun juga belum rilis.” (Like Adelia, Wawancara)

Pernyataan Like Adelia saat melakukan wawancara bersama peneliti menjelaskan bahwa jurnalis ketika mendapatkan sebuah informasi memiliki hambatan ketika akan melakukan verifikasi. Hambatan ini bisa disebut dengan ketidakpastian (*uncertainty*) ketika narasumber/pengunggah informasi tidak bisa memberikan kepastian informasi hingga tidak bisa dijangkau oleh jurnalis. Hal ini membuat jurnalis mempertimbangkan kembali apakah informasi tersebut bisa diproses menjadi berita atau tidak.

Selain itu, hambatan jurnalis lainnya dalam praktik *collaborating report* adalah dimana jurnalis memiliki idealisme sendiri dalam membuat sebuah berita namun terhambat karena minatnya pembaca berita yang bersumber dari media sosial dan kebutuhan redaksi Tribunjateng.com

“cuman ya seperti yang aku bilang ya.. *Website* itu kayak Mall ya, jadi kalau bisa ada. Bagaimanapun kan kita punya idealisme ya, tapi kalau masyarakat suka mau bagaimana lagi. Jadi kita ada peng gagasan kita sendiri. Receh pun kita tetap konfirmasi. Jangan yang receh banget, jangan yang berbau seks. Karena apalagi kalau seperti kita ya dek yang muda. Itu misal ada yang *upload* belum tentu suka yang receh. Aku misalnya ada berita seleb, Sule. Aku sebenarnya biasa saja melihat Sule ini, tapi ternyata memang diminati sama pembaca. Kadang-kadang juga karena kebutuhan redaksi, kayak “itu kok gak dibikin, harus dibikin yang menariknya”. Karena bagaimanapun akhirnya aku akan mencoba untuk membuat berita lain yang bisa dibaca oleh masyarakat dengan caraku sendiri. Tapi tanpa ikut bergosip ya, idealisme ku seperti ini. Jadi intinya, kita tetap punya batasan-batasannya, seperti harus konfirmasi ke narasumber, nilainya seperti apa. Terus kalau sudah mendapatkan konfirmasi, kita bisa viralkan ke masyarakat “ayo ini ada fakta terbaru”. Seperti itu..” (Muslimah, Wawancara)

Muslimah sebagai editor menyatakan bahwa dia memiliki idealisme sendiri dalam pembuatan berita. Namun adanya kebutuhan redaksi dan juga masyarakat yang menyukai informasi viral di media sosial, mau tidak mau tetap membuat berita yang sekiranya diminati oleh masyarakat dan memenuhi kebutuhan redaksi. Namun, cara Muslimah agar tetap berjalan bersama idealismenya adalah dengan menggunakan gagasan Muslimah sendiri yaitu dengan membatasi dan memilah informasi yang bisa dibaca oleh masyarakat. Seperti dilihat nilai beritanya hingga mengkonfirmasi informasi ke narasumber. Pimpinan Redaksi Tribunjateng.com, Erwin Ardian menyatakan bahwa konsekuensi dari perkembangan dunia informasi adalah berkembangnya terus menerus informasi sehingga jurnalis harus selalu berkembang.

“Kemudian terus berkembang lagi, sampai akhirnya ada *collaborative report* yaitu berita yang kita dapatkan dari media sosial. Jadi kita tinggal duduk saja, *scroll*, langsung dapat berita. Itu menurut saya hanya beda penyampaian saja. Yang pasti kuncinya adalah bagaimana kita melihat berita itu memenuhi sebuah syarat berita. Ada unsur menarik, ada unsur penting, ada unsur bermanfaat, kemudian juga informasi yang benar-benar bukan hoaks. Soal cara kita mendapatkannya itu macam-macam. Ada yang datang langsung, ada yang telepon, ada yang dikirim rilis, ada yang dapat dari media sosial. Yang pasti kita harus bisa mempertanggungjawabkan pada pembaca kita bagaimana berita itu benar.” (Erwin Ardian, Wawancara)

“Apalagi kita sebagai media *mainstream*, kita punya kewajiban untuk bagaimana kita memberikan berita yang bisa dipertanggungjawabkan. Ketika media *mainstream* tidak mengikuti itu, artinya itu bisa di dominasi oleh media sosial yang orang tidak tahu dimana kantornya, apakah ada editornya atau tidak, itu justru bisa makin berbahaya. Setidaknya kita sebagai media *mainstream* bisa menyaring informasi-informasi yang benar, ketika ada yang salah kita minta maaf. Berbeda dengan media sosial yang orang per orang ya. Di media sosial tidak ada konsekuensi apapun jika salah.” (Erwin Ardian, Wawancara)

Sebagai media *mainstream*, media mempunyai cara dan inovasi baru dalam membuat berita. Kemudian, maraknya informasi di media sosial sendiri membuat media *online* termasuk Tribunjateng.com menjadi *gatekeeper* karena

terbukti adanya alur produksi dalam membuat berita, proses verifikasi, hingga terdapat badan hukum. Berbeda dengan media sosial yang hanya orang per orang masyarakat tidak tahu bagaimana pertanggungjawabannya ketika informasi tersebut adalah hoaks. Hal ini menjadikan media *online* dituntut untuk cerdas dan bijak dalam memanfaatkan sebuah informasi yang bersumber dari media sosial.

