

# **PENGUNAAN MEDIA SOSIAL OLEH WARTAWAN JAWA POS RADAR SEMARANG DALAM PEMBUATAN BERITA**

**Ova Adelia**

Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik, Universitas Diponegoro,

Jl. Prof. Soedarto, SH, Kampus Undip Tembalang, Semarang, Indonesia 50275

[ovaadelia@gmail.com](mailto:ovaadelia@gmail.com)

## **Abstrak**

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui bagaimana penggunaan media sosial oleh wartawan Jawa Pos Radar Semarang dalam pembuatan berita. Selain itu, juga untuk mengetahui alasan penggunaan media sosial, media sosial apa yang digunakan, serta kontribusi yang diberikan oleh penggunaan media sosial tersebut kepada wartawan Jawa Pos Radar Semarang (positif atau negatif). Hal ini dilatarbelakangi oleh maraknya penggunaan media sosial di praktek media tradisional yang menimbulkan kesenjangan karena terdapat polarisasi atas dampak yang dirasakan oleh para wartawan media tradisional. Penelitian ini menggunakan pendekatan studi kasus mendalam dengan menggunakan metode analisis pembuatan eksplanasi. Subjek penelitian ini terdiri dari enam informan yakni wartawan Jawa Pos Radar Semarang yang menggunakan media sosial dengan beberapa metode pengumpulan data, diantaranya dokumentasi, rekaman arsip, wawancara *open-ended*, observasi lapangan, dan observasi partisipan.

Hasil temuan penelitian ini menemukan kesimpulan bahwa penggunaan media sosial oleh wartawan Jawa Pos Radar Semarang dalam pembuatan berita memang terbukti dalam beberapa tahap yaitu tahap *news planning*, *news editing*, dan *news publishing*. Peneliti menyimpulkan bahwa dari penggunaan media sosial tersebut, wartawan Jawa Pos Radar Semarang mendapatkan kontribusi positif karena media sosial memberi keuntungan dari segi pelimpahan data, kecepatan informasi, serta kemudahan dalam berbagi, mengingat dalam menjalankan praktik kerjanya, wartawan masih berpedoman pada UU Pers dan Kode Etik Jurnalistik.

*Kata Kunci : Penggunaan Media Sosial, Wartawan, Pembuatan Berita*

## **Abstract**

*This study aims to find out how social media use by Jawa Pos Radar Semarang's journalist in making news. In addition, it is also to find out the reasons for using social media, what social media is used, and the contribution made by the use of social media to Jawa Pos Radar Semarang's journalist (positive or negative). This is motivated by the widespread use of social media in traditional media practices which creates a gap because of the polarization of the impact felt by traditional media journalists. In this study using an intrinsic case study approach using explanatory analysis methods. The subjects of this study consisted of six the informant was the Jawa Pos Radar Semarang's journalist who used social media with several methods of data collection, including documentation, archival recordings, open-ended interviews, field observations, and participant observation.*

*The results of this study found the conclusion that the use of social media by Jawa Pos Radar Semarang journalists in making news was indeed proven in several stages, namely the stages of news planning, news editing, and news publishing. The researcher concluded that from the use of social media, Jawa Pos journalist Radar Semarang received a positive contribution because social media provided benefits in terms of data transfer, speed of information, and ease of sharing, considering that in carrying out their work practices, journalists were still guided by the Press Law and Code of Ethics Journalism.*

*Keywords: Use of Social Media, Journalists, News Production*

## PENDAHULUAN

### Latar Belakang

Tingginya angka penggunaan media sosial menarik perhatian jurnalis, khususnya jurnalis media mainstream untuk mencari informasi melalui internet lalu dikemas sedemikian rupa untuk disajikan kepada khalayak. Media sosial telah mengintervensi konsep mengenai berita dan peristiwa yang dianut dalam jurnalistik media pers (Haryanto, 2014). Penggunaan media sosial ini rupanya bak pedang bermata dua, dimana setiap keunggulan juga menimbulkan beberapa kekurangan. Jika membahas dari segi keunggulan, penggunaan media sosial ini menguntungkan wartawan. Dalam penelitian Grzywińska dan Jonathan (2011) bahkan ditemukan media sosial menjadi satu-satunya sumber informasi dalam *Occupy Wall Street* yang saat itu tidak memiliki juru bicara dan *Wall Street* mereka belum memiliki e-mail khusus nomor telepon untuk pers. Limpahan data dalam skala besar dan dapat diakses dengan mudah berbagi informasi. Hal ini yang kemudian diakui oleh Bhimanto Suwastoyo, Kepala Layanan Berita Jakarta Globe, "*social media is an alert system.*" Media sosial dianggap sebagai alarm yang memberitahu hal apa saja yang sedang booming di suatu tempat, dan memudahkan para wartawan Jakarta Globe untuk menemukan informasi dari narasumber terkemuka. Meski berbasis media cetak, penggunaan media sosial tidak merubah sistem produksi berita, tetapi merubah sistem pencarian sumber data mereka (Maverick, 2013, Mei). Di sisi lain, jika membahas dari segi kekurangannya, penggunaan media sosial justru menjadi boomerang bagi para wartawan, seperti yang dilansir dalam Ashari (2016, Juli), Ketua Dewan Pers Yosep Adi Prasetyo mengungkapkan saat rapat kerja dengan Komisi Komunikasi dan Informatika DPR RI di Senayan, Jakarta, "Mayoritas

wartawan kini justru memilih jalan yang paling mudah menulis, menemukan ide berita, sekaligus memverifikasi sebuah fakta hanya dengan mengandalkan sumber media sosial."

Penggunaan media sosial yang menimbulkan dampak positif sekaligus negatif tersebut juga terdapat dalam salah satu penelitian yang menjadi acuan penelitian ini, yaitu penelitian Chattpodhayay (2018) yang menangkap adanya kemudahan menemukan informasi dari penggunaan media sosial oleh para jurnalis, tetapi dalam waktu yang sama juga ditantang untuk bisa membuktikan kebenaran sumber atau kredibilitas dalam proses verifikasi. Hal ini akhirnya menimbulkan suatu perdebatan yang menjadi permasalahan untuk dikaji dalam penelitian ini secara mendalam. Wartawan-wartawan media lokal tidak lepas dari penggunaan media sosial, salah satu yang telah peneliti amati secara langsung selama dua bulan saat melaksanakan KKP (Kuliah Kerja Praktik) adalah Jawa Pos Radar Semarang.

### Rumusan Masalah

Adanya perkembangan media sosial yang masuk ke dalam praktek wartawan ini menjadi kasus yang saya fokuskan untuk mendapati realitas yang ada. Kesenjangan dalam bentuk polarisasi tersebut menjadi dasar untuk meneliti secara mendalam bagaimana penggunaan media sosial dalam praktik kerja wartawan selama proses pembuatan berita. Hal ini menjadi penting untuk melihat secara dekat kasus penggunaan media sosial mulai dari media sosial apa yang digunakan, alasan menggunakannya, serta kontribusi (positif atau negatif) yang dirasakan para wartawan secara langsung dengan penggunaan media sosial tersebut di Jawa Pos Radar Semarang dalam pembuatan berita.

## Tujuan Penelitian

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui bagaimana penggunaan media sosial yang dilakukan oleh wartawan Jawa Pos Radar Semarang dalam produksi berita.

## HASIL PENELITIAN

Peneliti menemukan adanya penggunaan media sosial sebagai salah satu cara Jawa Pos Radar Semarang sebagai perusahaan media cetak tetap bergerak ditengah perkembangan teknologi dan arus informasi yang cukup deras, utamanya dengan media sosial yang menjadi andalan para audiens di era globalisasi ini.

### Tahap *News Planning*

1. Media sosial di Radar Semarang digunakan untuk mencari ide berita dengan mengumpulkan informasi dan memeriksa berita terkini (*breaking news*)

Peneliti mengamati wartawan Jawa Pos Radar Semarang menggunakan media sosial dalam tahap perencanaan berita dengan cukup aktif sebagaimana peneliti sudah melakukan wawancara dan observasi baik secara langsung maupun partisipatif, dan peneliti menemukan adanya pemanfaatan media sosial selama rapat redaksi berlangsung, utamanya dalam mencari dan menemukan ide berita untuk menjadi suatu topik atau tema berita secara garis besar dengan mengumpulkan informasi seputar konten yang sedang ramai diperbincangkan khalayak dan memeriksa berita-berita terkini yang ada di media sosial. Hal ini sejalan dengan penelitian Villegas (2016) yang membandingkan penggunaan media sosial sebagai sumber informasi dari ketiga negara, dan ditemukan bahwa

responden yang mewakili jurnalis Spanyol, Itali, dan Belgia mengakui bahwa media sosial merupakan alat yang esensial secara informatif.

2. Media sosial di Radar Semarang digunakan untuk menemukan *angle* berita yang berbeda dengan mengumpulkan informasi dan memeriksa berita terkini (*breaking news*)

Penggunaan media sosial oleh wartawan Jawa Pos Radar Semarang dalam tahap *news planning* juga dapat digunakan sebagai salah satu alternatif para wartawan dalam mencari *angle* pemberitaan yang berbeda. Peneliti menilai hal ini menjadi salah satu inovasi dalam penggunaan media sosial ketika mencari ide berita dengan dengan mengumpulkan informasi seputar topic yang sedang ramai diperbincangkan khalayak dalam media sosial, dan memeriksa berita-berita terkini yang ada di media sosial, terlebih pemimpin redaksi dan jajaran redaktur juga mengharapkan artikel berita yang eksklusif mengingat media cetak sebagai media tradisional harus berupaya agar pangsa pasar tetap terjangkau dan setia dengan Koran Radar Semarang. Selain itu peneliti menilai para informan berusaha mencari sisi pemberitaan yang berbeda karena mereka cukup kritis dalam menelaah informasi yang ada.

### Tahap *News Gathering*

Pada tahap pengumpulan data, dari hasil wawancara dan observasi baik secara partisipan maupun observasi langsung, peneliti tidak menemukan adanya pengumpulan data dengan menggunakan media sosial, terlebih dari hasil wawancara sendiri peneliti melihat para informan masih

memegang erat iman rukun jurnalistik terkait dengan Kode Etik Jurnalistik sehingga lebih memilih praktik pengumpulan data secara tradisional yaitu terjun langsung ke lapangan dan menemui narasumber berkompeten.

### **Tahap *News Writing***

Pada tahap *news writing*, dari hasil wawancara dan observasi observasi baik secara partisipan maupun observasi langsung, peneliti tidak menemukan adanya penulisan artikel berita dengan menggunakan media sosial, mengingat dari hasil wawancara para informan lebih menekankan pada data-data yang didapatkan selama tahap pengumpulan data di lapangan.

### **Tahap *News Editing***

1. Media sosial di Radar Semarang digunakan untuk memantau perkembangan informasi oleh redaktur dengan memeriksa berita terkini (*breaking news*)

Dalam hal ini peneliti memastikan bahwa memang hanya redaktur yang terlibat dengan penggunaan media sosial dalam tahap news editing. Pada tahap edit berita, tugas verifikasi informasi juga dijalankan oleh para redaktur atau editor yang memanfaatkan media sosial dalam rangka memantau perkembangan informasi. Tugas redaktur sendiri merangkap verifikasi informasi untuk memastikan kebenaran data yang tercantum dalam sebuah artikel berita. Para redaktur sangat kritis dalam menilai validitas informasi yang nantinya akan diloloskan untuk diterbitkan menjadi Koran. Hal ini juga yang menjadi alasan media sosial masih digunakan untuk memantau perkembangan informasi yang ada. Namun dibalik itu, redaktur juga mawas merevisi artikel

berita wartawan mengingat wartawan juga gencar menggunakan media sosial pada tahap awal.

2. Media sosial di Radar Semarang digunakan untuk melihat berita yang sudah beredar dan memastikan wartawan tidak hanya melakukan copy-paste dengan memeriksa berita terkini (*breaking news*)

Tidak berhenti sampai disitu, dalam tahap editing, para redaktur juga cukup concern mengamati keaslian artikel berita. Peneliti menilai hal ini menjadi suatu hal yang penting karena media cetak mempertaruhkan namanya sebagai media yang lekat dengan image “rinci, detail, terpercaya”. Peneliti memahami hal ini menjadi suatu upaya redaktur yang menjalankan tugas gatekeeper dari segi pengeditan berita untuk menghasilkan output artikel berita terbaik dengan latar belakang perusahaan media cetak. Penemuan ini juga membuktikan adanya kesesuaian dengan penelitian Chattopadhyay (2018) dimana para sarjana memperdebatkan tantangan jurnalis untuk menjadi gatekeeper untuk menjaga kredibilitas dan kualitas konten yang dibuat meski terpapar dengan perubahan teknologi, khususnya dengan perkembangan media sosial.

### **Tahap *News Publishing***

1. Media sosial di Radar Semarang digunakan untuk melakukan distribusi atas nama Jawa Pos Radar Semarang dengan membagikan *link* kepada audiens  
Wartawan Jawa Pos Radar Semarang beradaptasi dengan mengikuti perkembangan jaman khususnya media sosial juga dalam hal publikasi. Sebagaimana diketahui,

Radar Semarang terlebih dulu memiliki website resmi dibandingkan Jawa Pos pusat. Disamping itu, media sosial Facebook, Instagram, dan Twitter juga menjadi alternatif mereka dalam menjangkau konsumen dengan gaya hidup masa kini yang erat dengan penggunaan media sosial, yaitu melalui pembagian *link* website Radar Semarang (tautan).

Namun ternyata penelitian Deo-Silas agak berbeda dengan penelitian ini karena partisipannya mengaku bahwa organisasi mereka, sebagai sebuah perusahaan media cetak menggunakan media sosial untuk menjangkau audiens mereka dan mengumpulkan respon audiens terhadap suatu isu. Lain halnya dengan publikasi yang dilakukan Jawa Pos Radar Semarang, dalam kasus ini, publikasi melalui media sosial dilakukan dalam rangka memperluas jangkauan konsumen akan berita-berita Jawa Pos Radar Semarang. Para informanpun bahkan mengaku bahwa fokus mereka sebatas itu dan masih menemukan kekurangan dalam hal interaktivitas dengan para khalayak, baik melalui kolom komentar maupun pesan.

2. Media sosial di Radar Semarang digunakan untuk melakukan distribusi secara pribadi (masing-masing wartawan) dengan membagikan *link* kepada audiens

Tahap publikasi tidak berhenti sampai di akun-akun resmi Jawa Pos Radar Semarang. Sebagian besar informan gemar mengunggah berita yang sudah dimuat di Koran untuk di unggah di media sosial pribadinya masing-masing. Mereka beranggapan hal tersebut akan menjadi peluang bagi para khalayak

online untuk aware dan membuka website Radar Semarang melalui tautan link yang dicantumkan dalam setiap distribusi.

### **Kontribusi penggunaan media sosial yang dirasakan wartawan Jawa Pos Radar Semarang**

Dari hasil analisis, peneliti dapat menyimpulkan bahwa penggunaan media sosial tersebut memiliki kontribusi ke arah positif mengingat media sosial menyajikan kemudahan informasi bagi para wartawan maupun redaktur dari tahap *news planning*, *news editing*, dan *news publishing* dengan berpedoman pada UU Pers dan Kode Etik Jurnalistik, sehingga wartawan tetap berada pada iman rukun jurnalistik dan tidak mempengaruhi profesionalisme wartawan itu sendiri.

### **KESIMPULAN**

Penggunaan media sosial untuk lebih lanjut yang dirumuskan dalam operasionalisasi konsep dengan penggunaan media sosial di beberapa tahap kerja media cetak, dan menghasilkan kesimpulan sebagai berikut :

1. Dalam penelitian sosial jika dirumuskan secara konseptual, media sosial digunakan dalam tahap *news planning* untuk mengumpulkan informasi dan memeriksa berita terkini (*breaking news*). Para informan mengakses MIK SEMAR (Media Informasi dan Komunikasi Kota Semarang) pada Facebook, akun berita @infokejadiansemarang dan akun-akun pejabat pemerintahan (*public figure*) pada Instagram.
2. Media sosial tidak digunakan dalam *news gathering*. Para informan lebih memilih metode pengumpulan data secara tradisional yaitu dengan terjun langsung ke lapangan dan bertanya pada narasumber yang berkompeten.

3. Media sosial tidak digunakan dalam *news writing*. Para informan sudah mengacu pada data yang diperoleh selama tahap pengumpulan data untuk langsung ditulis menjadi artikel berita.
4. Media sosial digunakan dalam news editing oleh para redaktur untuk memeriksa berita terkini (breaking news) dalam upaya memantau perkembangan informasi dan memastikan wartawan tidak melakukan copy-paste. Hal ini menjadi salah satu upaya verifikasi informasi yang dilakukan oleh redaktur untuk sekedar melakukan check, namun selebihnya redaktur tetap berpedoman pada data yang diperoleh langsung oleh wartawan dalam artikel berita yang sudah dibuat oleh wartawan yang bersangkutan.
5. Media sosial digunakan dalam news publishing. Publikasi melalui media sosial ini dilakukan dengan membagikan link kepada audiens dengan unggahan yaitu softfile salah satu halaman Jawa Pos Radar Semarang. Tautan link terhubung ke website Radar Semarang ([radarsemarang.com](http://radarsemarang.com)) dalam rangka meningkatkan awareness akan Koran Jawa Pos Radar Semarang kepada khalayak yang aktif menggunakan media sosial.

Secara keseluruhan peneliti menilai penggunaan media sosial oleh wartawan Jawa Pos Radar Semarang memiliki kontribusi yang positif karena peneliti mengamati wartawan mendapatkan kemudahan dengan adanya akses media sosial baik untuk menemukan ide, angle yang berbeda, membantu tugas redaktur dalam memantau perkembangan informasi serta memastikan kebenaran data, hingga publikasi yang memberikan

dampak cukup baik pada omzet iklan dan laba perusahaan. Kontribusi positif ini didapat karena para wartawan sendiri berpegang pada aturan yang berlaku, dengan dasar aturan Jawa Pos Radar Semarang adalah Undang-Undang Pers, sehingga tidak mempengaruhi penurunan profesionalisme para wartawan.

## SARAN

Secara teoritis, berdasarkan pada hasil penelitian yang telah dilakukan, maka peneliti memberikan saran bagi penelitian berikutnya yang juga tertarik untuk melakukan penelitian dengan tema yang sama untuk menggunakan sudut pandang yang berbeda untuk mendapatkan hasil yang lebih luas dan rinci. Peneliti berharap dengan sudut pandang dan hasil yang rinci tersebut akan menghasilkan temuan yang lebih komprehensif. Sudut pandang dalam penelitian selanjutnya dapat diarahkan dengan membandingkan dua institusi untuk mendapatkan gambaran yang lebih luas mengenai penggunaan media sosial. Selain itu, penelitian selanjutnya disarankan untuk menggunakan metode penelitian yang berbeda, yaitu dalam penelitian kuantitatif sehingga bisa menggambarkan penggunaan media sosial dikalangan wartawan dalam angka-angka statistik.

Secara praktis peneliti menyarankan kepada para wartawan Jawa Pos Radar Semarang untuk lebih interaktif dalam hal publikasi, karena tanpa interaktivitas, Jawa Pos Radar Semarang menunjukkan peningkatan yang cukup signifikan, alangkah baiknya jika lebih diperbaiki sistem respond an update link berita setiap harinya, khususnya pada Twitter yang masih belum aktif hingga saat ini.

## DAFTAR PUSTAKA

### Buku

BP2i. (2007). Mengamati Fenomena Citizen Journalism. Bandung: Penerbit Simbiosis Rekatama Bandung.

Djamel, M. (2014). Paradigma Penelitian Kualitatif. Yogyakarta: Pustaka Pelajar.

Haryanto, I. (2014). Jurnalisme Era Digital: Tantangan Industri Media Abad 21. Edisi I. Jakarta: Penerbit Buku Kompas.

Hasfi, Nurul, Bayu Widagdo. (2013). Produksi Berita Televisi. Semarang.

Kusumanigrat, Hikmat, dan Purnama, (2014). Jurnalistik Teori dan Praktik. Bandung : Remaja Rosdakarya.

Kovach, Bill, Tom Rosenstiel. (2006). Sembilan Elemen Jurnalisme. ed. Agus Sopian. Cet.III. Jakarta: Yayasan Pantau.

Manzilati, Asfi. (2017). Metodologi Penelitian Kualitatif : Paradigma, Metode, dan Aplikasi. Malang : Universitas Brawijaya Press.

McQuail, D. (2011). Teori Komunikasi Massa McQuail Edisi 6 Buku 1. Jakarta : Salemba Humanika.

Moleong, Lexy J. (2017). Metodologi Penelitian Kualitatif. Bandung: PT Remaja Rosdakarya.

Nasrullah, Rulli. (2015). Media Sosial : Perspektif Komunikasi, Budaya, dan Sioteknologi. Bandung : Simbiosis Rekatama Media.

Pujileksono, Sugeng. (2016). Metode Penelitian Komunikasi Kualitatif. Malang: Kelompok Intrans Publishing.

Rolnicki, dkk. (2015). Pengantar Dasar Jurnalisme. Jakarta: Kencana.

Romli, Asep dan Syamsul M. (2009). Jurnalistik Praktis Untuk Pemula. Bandung: PT. Remaja Rosdakarya.

Sugiyono. (2013). Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D. Bandung : Alfabeta.

Suhandang, Kustadi. (2004). Pengantar Jurnalistik: Seputar Organisasi, Produk, & Kode Etik. Bandung: Nuansa.

Suryawati, Indah. (2011). Jurnalistik Suatu Pengantar : Teori dan Praktik. Bogor : Ghalia Indonesia.

Suwendra, Wayan. (2018). Metodologi Penelitian Kualitatif dalam Ilmu Sosial, Pendidikan,

Kebudayaan, dan Keagamaan. Bali : Nilacakra.

Wibowo, Wahyu. (2009). Menuju Jurnalisme Beretika. Jakarta : PT Kompas Media Nusantara.

Penelitian Dewan Pers. (2012). Survei Penggunaan Konten Media Sosial oleh Jurnalis. Dalam <https://dewanpers.or.id/berita/detail/619/Survei-Penggunaan-Konten-di-Media-Sosial-oleh-Jurnalis> Diunduh pada tanggal 17 Desember 2018 pukul 11.47 WIB.

Grzywińska, Ilona, and Jonathan Borden. (2011). "The Impact of Social Media on Traditional Media Agenda Setting theory – the case study of Occupy Wall Street Movement in USA". Dalam [http://www.academia.edu/7484515/The\\_impact\\_of\\_social\\_media\\_on\\_traditional](http://www.academia.edu/7484515/The_impact_of_social_media_on_traditional)



media\_agenda\_setting\_theory.\_The\_case\_study\_of\_Occupy\_Wall\_Street\_Movement\_in\_USA\_in\_B.\_Dobek-Ostrowska\_W.\_Wanta\_ed.\_Agenda\_Setting\_Old\_and\_New\_Problems\_in\_Old\_and\_New\_Media\_Wroclaw\_2012\_ss.\_133-155 Diunduh pada tanggal 17 Desember 2018 pukul 10.56 WIB.

Maverick. (2013). Indonesian Journalists Technographic Report 2012-2013. Dalam <http://old.maverick.co.id/47-of-indonesian-journalists-are-active-contributors-in-social-media-technographics-survey-report-2013/> Diunduh pada tanggal 17 Desember 2018 pukul 11.00 WIB.

Villegas, JC Suárez, J Cruz Álvarez. (2016). The ethical dilemmas of using social networks as information sources. Analysis of the opinion of journalists from three countries. *Revista Latina de Comunicación Social*, 71, pp. 66 to 84. <http://www.revistalatinacs.org/071/paper/1084/04en.html> Diunduh pada tanggal 15 Desember 2018 pukul 12.21 WIB.

Weaver, David.H., & Lars Willnat. (2016). Changes in U.S. Journalism, Journalism Practice. Dalam <https://www.tandfonline.com/doi/abs/10.1080/17512786.2016.1171162> Diunduh pada tanggal 21 Desember 2018 pukul 14.11 WIB.

### **Disertasi**

Chattopadhyay, Dhiman. (2018). Gatekeeping Breaking News Online: How Social Media Affect Journalists' Crime News Sourcing and Dissemination in India. Disertasi. Bowling Green State University.

Deo-Silas, Kodjo. (2013). Newsroom Journalists's Use of Social Media in

Ghana. Disertasi. The University of Ghana

### **File Online**

Carlsson, J. (2010). An Assessment of Social Media Business. Retrieved from Diploma in Advanced Strategy. University of Oxford (Saïd) Business School. Dalam [www.opengardensblog.futuretext.com/wp-content/uploads/2010/10/Jeanette-Carlsson-An-Assessment-of-Social-Media-Models.pdf](http://www.opengardensblog.futuretext.com/wp-content/uploads/2010/10/Jeanette-Carlsson-An-Assessment-of-Social-Media-Models.pdf) Diunduh pada 19 Desember 2018 pukul 17.44 WIB.

Cohen, Raphael, dan Almagor. (2001). *Speech, Media and Ethics The Limits of Free Expression; Critical Studies on Freedom of Expression, Freedom of The Press and*

*The Public Right to Know*. New York : Palgrave. Dalam [https://www.researchgate.net/publication/233785304\\_Speech\\_Media\\_and\\_Ethics\\_The\\_Limits\\_of\\_Free\\_Expression](https://www.researchgate.net/publication/233785304_Speech_Media_and_Ethics_The_Limits_of_Free_Expression) Diunduh pada tanggal 19 Desember 2018 pukul 16.32 WIB.

Dewan Pers. (2013). *Pers Berkualitas, Masyarakat Cerdas*. Jakarta : Dewan Pers. Dalam [https://dewanpers.or.id/assets/ebook/buku/822-Buku%20Pers%20berkualitas%20masyarakat%20Cerdas\\_final.pdf](https://dewanpers.or.id/assets/ebook/buku/822-Buku%20Pers%20berkualitas%20masyarakat%20Cerdas_final.pdf) Diunduh pada tanggal 19 Juni 2019 pukul 13.46 WIB

Nugroho, Y., Putri, DA., Laksmi, S. (2012). *Memetakan Lanskap Industri Media Kontemporer di Indonesia (Edisi Bahasa Indonesia)*. Laporan. Bermedia, Memberdayakan Masyarakat: Memahami kebijakan dan tata kelola media di Indonesia melalui kacamata hak warga negara. Riset kerjasama antara Centre for Innovation

Policy and Governance dan HIVOS Kantor Regional Asia Tenggara, didanai oleh Ford Foundation. Jakarta: CIPG dan HIVOS. Dalam <http://cipg.or.id/wp-content/uploads/2015/06/MEDIA-2-Industri-Media-2012.pdf> Diunduh pada tanggal 19 Desember 2018 pukul 17.21 WIB.

Vehkoo, J. (2013). Crowdsourcing in Investigative Journalism. Reuters Institute for The Study of Journalism. Dalam [http://reutersinstitute.politics.ox.ac.uk/sites/default/files/Crowdsourcing%20in%20Investigative%20Journalism\\_o.pdf](http://reutersinstitute.politics.ox.ac.uk/sites/default/files/Crowdsourcing%20in%20Investigative%20Journalism_o.pdf) Diunduh pada tanggal 22 Desember 2018 pukul 12.31 WIB.

### **Jurnal**

Deuze, Mark. (2007). Convergence Culture in the Creative Industries. *International Journal of Cultural Studies*, 10(2): 243-263.

Gillis, Tamara.L., and Kristen Johnson. (2015). Younger Journalists More Likely to Use Social Media. *Newspaper Research Journal*, 36(2): 184-196.

Heide, Brandon Van Der.(2013). Social Media as Information Source: Recency of Updates and Credibility of Information. *Journal of Computer Mediated Communication*, 19: 171-183.

Hermans, Liesbeth, Maurice Vergeer. (2009). Internet in the Daily Life of Journalists: Explaining the use of the Internet by Work-Related Characteristics and Professional Opinions. *Journal of Computer Mediated Communication*, 15: 138-157.

Kaplan, Andreas dan Michael Haenlein. (2010). "Users of the World, Unite! The Challenges and Opportunities of Social

Media". *Kelley School of Bussiness, Indiana University*. 53(1): 59-68.

Ke, Ming & Shi, Yuxin. (2014). Big Data, Big Change: In the Financial Management. *Journal of Accounting*, 03(04): 77-82.

Kosonen, Miia dan Hanna-Kaisa Ellonen. (2010). From ivory towers to online bazaars? The

Internet, Social Media, and Competing Discourses in the Newspaper Industry. *Knowledge Management Research & Practice*, 8: 135-145.

Lee, Jayeon. (2015). The Double-Edged Sword: The Effects of Journalists' Social Media Activites on Audience Perceptions of Journalists and Their News Product. *Journal of Computer Mediated Communication*, 20: 312-329.

Lewis, Seth. (2012). The tension between professional control and open participation. *Information, Communication & Society*, 15(6): 836–866.

Stassen, Wilma. (2010). Your News in 140 Characters: Exploring the Role of Social Media in Journalism. *Global Media Journal*, 4(1): 116-131.

Waluyo, Djoko. (2018). Tinjauan Standar Kompetensi Wartawan untuk Meningkatkan Kapasitas Media dan Profesionalisme. *Jurnal Studi Komunikasi dan Media*, 22(2): 167-184.

Yudhapramesti, Pandan. (2015). Jurnalis dan Jurnalisme dalam Fenomena Kontemporer. *Jurnal Komunikasi*, 10(1): 89-98.

### **Modul/Buku Online**

Aisch, Gregor et al. (2011). The Data Journalism Handbook: How Journalist Can Used Data to Improve The News. Open Knowledge Foundation. Dalam <https://openzazu.files.wordpress.com/2012/08/the-data-journalism-handbook-gnv64.pdf> Diunduh pada tanggal 17 Desember 2018 pukul 10.00 WIB.

Asosiasi Penyelenggara Jasa Internet Indonesia. (2016, November) Buletin APJII Ed.05. Dalam <https://apjii.or.id/download/file/BULETINAPJIIEDISI05November2016.pdf> diunduh pada tanggal 17 Desember 2018 pukul 10.04 WIB.

Kurniawan, Yandry. (2018). The Politics of Securitization in Democratic Indonesia. Jakarta :

Universitas Indonesia. Dalam <http://scholar.google.co.id/citations?user=pmgMjfoAAAAJ&hl=en> Diunduh pada tanggal 20 Desember 2018 pukul 11.32 WIB.

Margianto, J.Heru dan Asep Syaefullah. (2010). Media Online; Antara Pembaca, Laba, Etika dan Problematika Praktik Jurnalisme Online di Indonesia. Jakarta: Divisi Penyiaran dan Media Baru AJI Indonesia. Dalam [https://aji.or.id/upload/article\\_doc/Media\\_Online.pdf](https://aji.or.id/upload/article_doc/Media_Online.pdf) Diunduh pada tanggal 18 Desember 2018 pukul 12.41 WIB.

Setyosari, Punaji. (2013). Metode Penelitian Pendidikan dan Pengembangan Ed.4. Dalam <https://books.google.co.id/books?id=SnA-DwAAQBAJ&pg=PA46&dq=post+positivistik+Guba+dan+lincoln&hl=en&sa=X&ved=0ahUKEwifyb6E-p7hAhVZAXIKHby7AFEQ6AEIKjAA#v=onepage&q=post%20positivistik%20>

Guba%20dan%20lincoln&f=false pada tanggal 26 Maret 2019 pukul 11.33 WIB.

Su, Xiaomeng. (2014). Introduction to Big Data. Dalam <https://www.ntnu.no/iie/fag/big/lessons/lesson2.pdf> pada tanggal 20 Desember 2018 pukul 09.23 WIB.

UKJ AJI. 2012. Materi Kompetensi Kunci UKJ AJI. Jakarta. Dalam <https://www.slideshare.net/indaffa/modul-lengkap-ukj-aji-2012-2013> Diunduh pada tanggal 21 Desember 2018 pukul 07.44 WIB.

Wahyuningsih, Sri. (2013). Metode Penelitian Studi Kasus: Konsep, Teori Pendekatan Psikologi Komunikasi, dan Contoh Penelitiannya. Madura: UTM Press. Dalam <https://www.scribd.com/document/382491045/Buku-Ajar-Metpen> Diunduh pada tanggal 21 Desember 2018 pukul 11.23 WIB.

Widodo, Yohanes. (2011). Modul Manajemen Media Cetak. Yogyakarta : Universitas Atmajaya.

### Artikel Online

Ashari, Muhammad. (2016, Juli 14). Media Sosial Jadi Andalan Wartawan. Dalam <https://www.pikiran-rakyat.com/nasional/2016/07/14/media-sosial-jadi-andalan-wartawan-374690> Diunduh pada tanggal 17 Desember 2018 pukul 10.10 WIB.

Huang, Ayat Hidayat. (2013, Agustus 2). Indonesia menjadi Pengguna Media Sosial Teraktif di Dunia, So What?. Dalam <http://www.globalstats-research.com/penggunaan-media-sosial-di-indonesi/> Diunduh pada tanggal 17 Desember 2018 pukul 10.06 WIB.

Michel, Oscar. (2017, Juli 21). How Social Media Has Changed Journalism. Dalam <https://irishtechnews.ie/how-social-media-has-changed-journalism/> Diunduh pada tanggal 17 Desember 2018 pukul 10.05 WIB.

Tashandra, Nabilla. (2016, Maret 23). Jutaan Informasi Tersebar di Media Sosial, Bagaimana Media Massa Menjaga Akurasi. Dalam <https://nasional.kompas.com/read/2016/03/23/21284931/Jutaan.Informasi.Tersebar.di.Media.Sosial.Bagaimana.Media.Massa.Menjaga.Akurasi> Diunduh pada tanggal 18 Desember 2018 pukul 11.01 WIB.

Ward, Stephen J.A. (2013). Digital Media Ethics. Dalam <https://ethics.journalism.wisc.edu/resources/digital-media-ethics/> pada 20 Desember 2018 pukul 13.21 WIB.