



UIN SUNAN AMPEL
S U R A B A Y A

**Studi Penggunaan Media Sosial dalam Produksi Berita
Keislaman di Harian Umum Duta Masyarakat**

SKRIPSI

Diajukan Kepada Universitas Islam Negeri Sunan Ampel
Surabaya Guna Memenuhi Salah Satu Syarat Memperoleh
Gelar Sarjana Ilmu Sosial (S.Sos)

Disusun Oleh:

Khildah Filjannah

NIM: B91216093

PROGRAM STUDI KOMUNIKASI DAN PENYIARAN
ISLAM
FAKULTAS DAKWAH DAN KOMUNIKASI
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI SUNAN AMPEL
SURABAYA
2021

PERNYATAAN OTENTISITAS SKRIPSI

Yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Khildah Filjannah
NIM : B91216093
Prodi : Komunikasi dan Penyiaran Islam

Menyatakan dengan sesungguhnya bahwa skripsi berjudul ***“Studi Penggunaan Media Sosial dalam Produksi Berita Keislaman di Harian Umum Duta Masyarakat”*** adalah benar merupakan karya sendiri. Hal-hal yang bukan karya saya, dalam skripsi tersebut diberi catatan di bawah halaman skripsi dan ditunjukkan dalam daftar pustaka.

Apabila di kemudian hari terbukti dipernyataan saya tidak benar dan ditemukan pelanggaran atas skripsi saya, saya bersedia menerima sanksi akademik berupa pencabutan skripsi dan gelar yang saya peroleh dari skripsi tersebut.

Surabaya, 20 Maret 2021
Yang membuat pernyataan



Khildah Filjannah
NIM. B91216093

LEMBAR PERSETUJUAN PEMBIMBING

Nama : Khildah Filjannah
NIM : B91216093
Program Studi : Komunikasi dan Penyiaran Islam
Judul : Studi Penggunaan Media Sosial dalam
Produksi Berita Keislaman di Harian
Umum Duta Masyarakat

Skripsi ini telah diperiksa dan disetujui untuk diajukan.

Surabaya, 20 Maret 2021

Menyetujui,
Pembimbing



Lukman Hakim, S.Ag., M.Si., M.A

NIP. 19730821200511004

LEMBAR PENGESAHAN UJIAN SKRIPSI

Studi Penggunaan Media Sosial dalam Produksi Berita
Keislaman di Harian Umum Duta Masyarakat
Skripsi

Disusun Oleh:
Khildah Filjannah
B91216093

Telah diuji dan dinyatakan lulus dalam ujian Sarjana Strata
Satu pada tanggal 1 April 2021

Tim Penguji

Penguji I



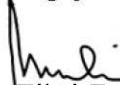
Lukman Hakim, S.Ag.,M.Si,MA
NIP. 197308212005011004

Penguji II



Drs. Prihananto, M.Ag
NIP. 196812301993031003

Penguji III



Dr. Hj. Luluk Fikri Zuhriyah, M.Ag
NIP. 196912041997032007

Penguji IV

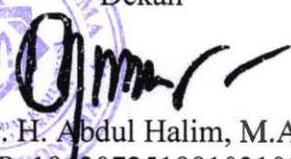


Dr. M Anis Bachtiar, M.Fil.I
NIP. 196912192009011002

Surabaya, 1 April 2021

Dekan




Dr. H. Abdul Halim, M.Ag
NIP. 196307251991031003



UIN SUNAN AMPEL
SURABAYA

KEMENTERIAN AGAMA
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI SUNAN AMPEL SURABAYA
PERPUSTAKAAN

Jl. Jend. A. Yani 117 Surabaya 60237 Telp. 031-8431972 Fax.031-8413300
E-Mail: perpus@uinsby.ac.id

LEMBAR PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI
KARYA ILMIAH UNTUK KEPENTINGAN AKADEMIS

Sebagai sivitas akademika UIN Sunan Ampel Surabaya, yang bertanda tangan di bawah ini, saya:

Nama : Khildah Fitjaunnah
NIM : B91216093
Fakultas/Jurusan : FDK / KPI
E-mail address : khildah.fj98@gmail.com

Demi pengembangan ilmu pengetahuan, menyetujui untuk memberikan kepada Perpustakaan UIN Sunan Ampel Surabaya, Hak Bebas Royalti Non-Eksklusif atas karya ilmiah :

Sekripsi Tesis Desertasi Lain-lain (.....)

yang berjudul :

Studi Penggunaan Media Sosial dalam Produksi Berita
Keragaman di Harian Umum Duta Masyarakat

berserta perangkat yang diperlukan (bila ada). Dengan Hak Bebas Royalti Non-Eksklusif ini Perpustakaan UIN Sunan Ampel Surabaya berhak menyimpan, mengalih-media/format-kan, mengelolanya dalam bentuk pangkalan data (database), mendistribusikannya, dan menampilkan/mempublikasikannya di Internet atau media lain secara **fulltext** untuk kepentingan akademis tanpa perlu meminta ijin dari saya selama tetap mencantumkan nama saya sebagai penulis/pencipta dan atau penerbit yang bersangkutan.

Saya bersedia untuk menanggung secara pribadi, tanpa melibatkan pihak Perpustakaan UIN Sunan Ampel Surabaya, segala bentuk tuntutan hukum yang timbul atas pelanggaran Hak Cipta dalam karya ilmiah saya ini.

Demikian pernyataan ini yang saya buat dengan sebenarnya.

Surabaya, 1 April 2021

Penulis


(Khildah Fitjaunnah)

MOTTO DAN PERSEMBAHAN

MOTTO

وَلْتَكُنْ مِنْكُمْ أُمَّةٌ يَدْعُونَ إِلَى الْخَيْرِ وَيَأْمُرُونَ بِالْمَعْرُوفِ وَيَنْهَوْنَ عَنِ الْمُنْكَرِ ۗ وَأُولَٰئِكَ هُمُ الْمُفْلِحُونَ

“Dan hendaklah diantara kamu ada segolongan orang yang menyeru kepada kebajikan, menyuruh (berbuat) yang makruf, dan mencegah dari yang munkar. Dan mereka itulah orang-orang yang beruntung ”¹

PERSEMBAHAN

Skripsi ini penulis persembahkan kepada semua pihak yang telah mendedikasikan waktu, tenaga, ide maupun materi untuk membantu penulis dalam menyelesaikannya. Penulis akan selalu mengingat kebaikan kalian semua selamanya.

¹ Qur'an Kementerian Agama, Surat Ali Imran (3) ayat 104 diakses dari <https://quran.kemenag.go.id/sura/3/104> pada tanggal 20 Maret 2021

ABSTRAK

Khildah Filjannah, NIM. B91216093, 2021. Studi Penggunaan Media Sosial dalam Produksi Berita Keislaman di Harian Umum Duta Masyarakat

Kehadiran sosial media menawarkan kemudahan untuk saling berinteraksi, berbagi konten dan berkomunikasi dengan pengguna lain. Penggunaan media sosial dalam kehidupan sehari-hari merupakan hal yang biasa. Begitu juga dengan beberapa jurnalis media massa yang mulai memanfaatkan media sosial dalam prosesnya memproduksi berita.

Penelitian ini dibuat untuk mengetahui apa saja media sosial yang digunakan, apa pertimbangan para jurnalis, dan sejauhmana media sosial digunakan dalam produksi berita keislaman di Duta Masyarakat. Penelitian ini menggunakan metode penelitian kualitatif dan jenis penelitian studi kasus. Teknik pengumpulan data dilakukan dengan observasi, wawancara kepada Pemimpin Redaksi, Redaktur, dan empat jurnalis Duta Masyarakat, serta dokumen-dokumen terkait.

Hasil penelitian ini menjelaskan bahwa media sosial yang digunakan adalah Twitter, Facebook, Instagram dan Whatsapp. Pertimbangan jurnalis Duta Masyarakat menggunakan media sosial dalam produksi beritanya karena media sosial menyimpan banyak informasi dan dapat menjangkau informasi yang terlewat oleh jurnalis. Dalam proses produksi berita keislamannya, media sosial digunakan pada tahap perencanaan berita, yakni untuk memantau informasi, mencari referensi, menentukan *angle*, dan menjadi sumber berita. Selanjutnya pada tahap pencarian berita, media sosial digunakan untuk mewawancarai narasumber dan berbagi foto dengan narasumber.

Kata kunci : *Media Sosial, Produksi Berita, Berita Keislaman, Harian Umum Duta Masyarakat*

ABSTRACT

Khildah Filjannah, NIM. B91216093, 2021. Study about The Use of Social Media in Islamic News Production of Harian Umum Duta Masyarakat.

The presence of social media offers an easy way to interact to each other, sharing content, and communication with other user. The use of social media in daily life is a common thing. Also with some journalist in mass media start to use social media in their news production.

This research made to know what kind of social media that use, what was the reason journalist used it, and how far they used social media in Duta Masyarakat Islamic news production. This research used qualitative research methods and type of case study research. The data collection technique was carried out by observation, interviews with the Chief Editor, Editor, and four journalists of Duta Masyarakat and also some of documents.

The result of this research explain that journalist use Twitter, Instagram, and Whatsapp kind of media social that had many users in Indonesia. The consideration of journalists Duta Masyarakat uses social media in their Islamic news production is because social media has a lot of information and can reach information that often missed by journalists. In Islamic news production, social media used in news planning to monitor some information, looked for references, decide another angle, and used it for news sources. Furthermore, social media used in news hunting for interviewed the interviewer and shared some photos.

Key words : *Social Media, News Production, Islamic News, Harian Umum Duta Masyarakat*

المستخلص

خلدة في الجنة، رقم التسجيل B91216093، 2021. دراسة في قضية استخدام الوسائل الإجتماعية في انتاج الأخبار الإسلامية بالأخبار اليومية "دوتا مشاركات" جاءت الوسائل الإجتماعية بترويج السهولة للتعامل، المحتويات المتنوعة والاتصال مع الآخرين. استخدام الوسائل الإجتماعية في الحياة اليومية شيء عادي. وكذلك بعض الصحفيين انتفاع هذه الحالة لانتاج الأخبار.

وضع هذا البحث لمعرفة أي الوسائل الإجتماعية التي انتفع بها الصحفيون، وأي أسباب لاختيارهم هذا النوع من الوسيلة، وإلى أي بعد تنتفع الوسائل الإجتماعية كمصدر انتاج الأخبار الإسلامية في الأخبار اليومية "دوتا مشاركات". استخدم الباحث المنهج الكيفي ونوع بحثه دراسة القضية. وطريقة جمع البيانات تجري بالملاحظة، والحوار مع رئيس التحرير، المحرر، والأربع من صحفيي دوتا مشاركات، والوثائق المرتبطة بها.

أوضح نتائج البحث أن الوسائل الإجتماعية المستخدمة فيها هي تويتر، وفيسبوك، وإنستغرام، وواتساب. وتوازن الصحفيون ب "دوتامشاركات" باستخدام الوسائل الإجتماعية في انتاج أخبارهم، لأ الوسائل الإجتماعية احتفظت المعلومات واستوعبتها ما فاتتهم. في عملية الإنتاج للأخبار الإسلامية، تنتفع الوسائل في مرحلة تخطيط الأخبار، وهي لرقاب المعلومات، والبحث عن المراجع، تعيين الوجه للنظر، ومصدر الأخبار. ويليه مرحلة البحث عن الأخبار، استخدمت تلك الوسائل للحوار مع المخاطب ونشر الصور معه.

الكلمات المفتاحية: الوسائل الإجتماعية، انتاج الأخبار الإسلامية، الأخبار اليومية "دوتا مشاركات"

KATA PENGANTAR

Segala Puji dan Syukur penulis panjatkan kepada Sang Pencipta alam semesta Allah SWT, atas limpahan kasih dan sayang-Nya sehingga penulis dapat merampungkan skripsi berjudul “Studi Penggunaan Media Sosial dalam Produksi Berita Keislaman di Harian Umum Duta Masyarakat”. Skripsi ini merupakan karya ilmiah yang disusun untuk memenuhi tugas akhir pendidikan sarjana (S1) Fakultas Dakwah dan Komunikasi Program Studi Komunikasi dan Penyiaran Islam.

Keberhasilan penulis dalam menyelesaikan skripsi ini tidak lepas dari dukungan banyak pihak. Rasa terimakasih yang teramat dalam ini penulis sampaikan kepada:

1. Prof. H. Masdar Hilmy, S.Ag., M.A., Ph.D. selaku Rektor UIN Sunan Ampel Surabaya
2. Dr. H. Abdul Halim, M.Ag. selaku Dekan Fakultas Dakwan dan Komunikasi UIN Sunan Ampel Surabaya.
3. Dr. H. Abdul Syakur, M.Ag. selaku Ketua Program Studi Komunikasi dan Penyiaran Islam Fakultas Dakwah dan Komunikasi UIN Sunan Ampel Surabaya.
4. Lukman Hakim, S.Ag., M.Si., M.A. selaku Dosen Pembimbing penulis yang telah memberikan dedikasinya untuk memberikan masukan dan arahan serta semangat kepada penulis untuk segera menuntaskan skripsi ini.
5. Nur Asiyah, Ibu yang hebat dan berjiwa besar yang selalu menjadi alasan terbesar peneliti untuk tetap hidup dan kuat dalam menghadapi beragam persoalan di dunia ini.

6. Seluruh saudara dan keluarga besar yang telah mendukung.
7. Semua sahabat dan teman terdekat peneliti yang ikut andil dalam proses peneliti mengerjakan skripsi ini, yang sekaligus mewarnai hari-hari dan memberikan pandangan baru dalam hidup peneliti.
8. Semua teman KPI UINSA dan semua teman penulis yang tergabung di LPM Araaita yang ikut andil dalam proses penyelesaian skripsi ini.
9. Semua pihak yang secara langsung maupun tidak langsung telah memberikan sumbangan ide, waktu dan tenaga maupun yang hanya menyapa dan bertanya kapan skripsi penulis usai. Tanpa kalian, mungkin saya akan terus berada di zona nyaman.

Akhir kata, semoga segala hal baik yang telah Bapak/Ibu/Saudara/i lakukan, penulis berharap kebahagiaan dan keberkahan selalu menyertai kalian semua dan selalu hidup dalam lindungan Allah SWT.

Penulis

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	I
PERNYATAAN OTENTISITAS SKRIPSI	II
LEMBAR PERSETUJUAN PEMBIMBING	III
LEMBAR PENGESAHAN UJIAN SKRIPSI	IV
MOTTO DAN PERSEMBAHAN	V
ABSTRAK	VI
KATA PENGANTAR.....	X
DAFTAR ISI	XII
DAFTAR TABEL	XV
DAFTAR GAMBAR	XVII
BAB I PENDAHULUAN	1
A.Latar Belakang	1
B.Rumusan Masalah	9
C.Tujuan Penelitian.....	9
D.Manfaat Penelitian	10
E.Definisi Konsep	10
F.Sistematika Pembahasan.....	12
BAB II KAJIAN TEORETIK	15

A. Kerangka Teoretik	15
1. Media Sosial	15
2. Produksi Berita	27
3. Berita Keislaman	42
4. Jurnalistik Islam	44
B. Penelitian Terdahulu	47
BAB III METODE PENELITIAN	52
A. Jenis Penelitian dan Pendekatan	53
B. Teknik Sampling dan Subjek Penelitian	54
C. Jenis dan Sumber Data	56
D. Tahap-Tahap Penelitian	57
E. Teknik Pengumpulan Data	60
F. Teknik Validitas Data	62
G. Teknik Analisis Data	65
BAB IV PENYAJIAN DAN ANALISIS DATA	68
A. Penyajian Data	68
1. Sejarah Harian Umum Duta Masyarakat	68
2. Visi Misi Duta Masyarakat	79
3. Struktur Pelaksana	80
4. Produk	82

5. Etika Jurnalistik Islam dalam Duta Masyarakat.....	86
B. Analisis Data	88
1. Tahap Perencanaan.....	88
2. Tahap Peliputan.....	100
3. Tahap Penulisan	102
4. Tahap Penyuntingan	103
5. Opini Redaksi Harian Umum Duta Masyarakat terhadap Penggunaan Media Sosial dalam Produksi Berita Keislaman.....	104
C. Interpretasi Teoretik.....	112
1. Perspektif Teori	112
2. Perspektif Islam.....	114
BAB V PENUTUP	117
A. Simpulan	117
B. Rekomendasi.....	118
C. Keterbatasan Penelitian.....	119
DAFTAR PUSTAKA.....	120

DAFTAR TABEL

Tabel 1 Daftar Narasumber.....	56
--------------------------------	----

DAFTAR GAMBAR

Gambar A-1 Koran Duta Masyarakat	84
Gambar A-2 Laman Media Online Duta.co.....	85
Gambar B-1 Pamflet PPKM yang tersebar dan menjadi trending di media sosial Twitter.	94
Gambar B-2 Cuplikan Berita PPKM di Koran Duta Masyarakat edisi 8 Januari 2021	95
Gambar B-3 Postingan Khofifah Indar Parawansa di Instagram Pribadinya pada Tanggal 17 Januari 2021	98
Gambar B-4 Berita Koran Duta Masyarakat yang Mengutip Pernyataan dari akun Instagram @khofifah.ip	99

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Adanya internet memberikan kebebasan dan bermacam-macam informasi bagi orang-orang yang menggunakannya.² Salah satu contoh media yang menawarkan kemudahan komunikasi adalah situs jejaring sosial (*sosial networking site*) atau biasa disebut dengan media sosial.

Media sosial merupakan media digital yang dapat digunakan untuk memperkenalkan diri sekaligus berhubungan, bekerja sama, membagi sesuatu, berkomunikasi dengan orang lain, dan membangun komunitas sosial.³ Media sosial mendukung aktivitas komunikasi dan penyebaran informasi dengan cepat tanpa hambatan jarak dan waktu.

Memiliki halaman pribadi yang terintegrasi dengan banyak orang sangat memungkinkan bagi pengguna media sosial untuk membagikan sekaligus mendapatkan informasi dari dan untuk orang lain. Ambil saja contoh pada media sosial *facebook*, tersedia kolom “*wall*” (dinding) yang bisa pengguna gunakan untuk membagikan apa yang sedang dilakukan/dirasakan. Pada hampir semua platform media sosial telah tersedia fitur siaran langsung yang bisa menyiarkan secara langsung kegiatan yang ia lakukan.

² Apriadi Tamburaka, *Literasi Media, Cerdas Bermedia Khalayak Media Massa*, (Jakarta: Raja Grafindo Media, 2013), 76

³ Rulli Nasrullah, *Media Sosial: Perspektif Komunikasi, Budaya dan Sosioteknologi*, (Bandung: Simbiosis Rekatama Media, 2015), 11

Adanya media sosial juga menjadi angin segar bagi praktik jurnalisme warga. *Citizen journalism* atau biasa disebut dengan jurnalsime warga adalah kegiatan warga yang menjalankan tugas untuk melakukan pengumpulan, analisis, dan menyebarkan berita pada khalayak.⁴

Kini warga tak hanya sekedar menerima informasi, tapi mereka juga bisa memproduksi dan mendistribusikannya secara mandiri. Informasi tersebut dapat berupa tulisan, gambar, video hingga suara. Bahkan unggahan mereka pun bisa dibagikan oleh orang yang membaca sehingga informasi tersebut semakin tersebar dengan cepat dan luas.

Akun media sosial pun tak hanya milik perseorangan. Ada juga lembaga-lembaga pemerintahan, organisasi dan perkumpulan yang juga ikut memanfaatkan media sosial sebagai ajang pengenalan, penyebarluasan kegiatan-kegiatan mereka hingga advokasi terkait suatu hal.

Berdasarkan data digital 2020 terbaru melalui situs We Are Social yang berkolaborasi dengan Hootsuite menunjukkan bahwa lebih dari 4,5 miliar masyarakat di dunia kini menggunakan internet. Sedangkan jumlah orang yang menggunakan media sosialnya sudah melampaui angka 3,8 miliar. Jadi, nyaris 60% dari total penduduk planet ini telah terhubung satu sama lain.⁵

Sedangkan di Indonesia sendiri, dengan total populasi 272,1 juta penduduk, sejumlah 160 juta orang aktif menggunakan media sosial. Kira-kira waktu menggunakan

⁴Diah Handayani, *Peran Jurnalisme Warga (Citizen Journalism) Berbasis Santri Sebagai Penyeimbang Komunikasi Keagamaan Lokal Kediri*, Mediakita Vol. 1 No. 2 Juli 2017, 142

⁵ Simon Kemp, *Special Repotrns Digital 2020: 3.8 Billion People Use Social Media* diakses dari <https://wearesocial.com/blog/2020/01/digital-2020-3-8-billion-use-social-media> pada tanggal 29 September 2020

media sosial setiap harinya adalah selama 3 jam 26 menit. Youtube menjadi platform yang paling diminati, disusul dengan Whatsapp, Facebook, Instagram, Twitter, Line, dan media sosial lainnya.⁶

Dengan jumlah pengguna yang menyentuh lebih dari separuh total penduduk Indonesia, bisa dilihat bila semua pengguna media sosial aktif mengunggah kegiatan dan peristiwa setiap harinya, maka akan ada ribuan bahkan ratusan juta informasi yang beredar dan dikonsumsi pada media sosial tersebut.

Melonjaknya jumlah orang yang menggunakan media sosial membuat jurnalis tertarik, apalagi pada media massa tradisional untuk berusaha mendapatkan informasi melalui konten digital yang kemudian diolah dan dipublikasikan kepada para pembacanya. Konsep tentang berita dan peristiwa yang telah menjadi pedoman pers telah diintervensi oleh media sosial.⁷

Haryanto dalam Sujokko dan Larasati menyatakan postingan pribadi ataupun informasi secara *real time* yang dilakukan oleh warga dan diunggah melalui situs jejaring sosial pribadinya ini, tak jarang dimanfaatkan oleh jurnalis untuk memperoleh data informasi sebagai bahan berita.⁸

Hal demikian juga terjadi dalam aktivitas jurnalistik profesional. Hal ini dapat dilihat dari hasil riset Dewan Pers terhadap wartawan yang dilakukan pada kurun waktu tahun

⁶ Andi Dwi Riyanto, *Hootsuite (We Are Social): Indonesian Digital Report 2020* diakses dari <https://andi.link/hootsuite-we-are-social-indonesian-digital-report-2020/> pada tanggal 29 September 2020

⁷ Ignatius Haryanto, *Jurnalisme Era Digital: Tantangan Industri Media Abad 21. Edisi I.* (Jakarta: Penerbit Buku Kompas, 2014)

⁸ Anang Sujoko, Galuh Pandu Larasati, *Intervensi Media Sosial dalam Pergeseran Aktivitas Jurnalistik Online di Malang*, *Jurnal Komunikasi Islam*, Vol. 07 Nomor 02, Desember 2017, 3

November 2011 sampai Februari 2012 yang dikutip Uni Lubis. Survey tersebut menjelaskan tingginya prosentase jurnalis Indonesia menggunakan sosial media dalam meliput berita. Jurnalis menggunakan media sosial untuk mengamati informasi dengan prosentase 76%. Kemudian ada yang menggunakannya untuk referensi berita dengan prosentase 46%, dan sebagian lainnya menggunakan media sosial untuk menjadi bahan berita dengan prosentase 24%. Penelitian ini bersumber dari 157 informan dari seluruh Indonesia. Hampir keseluruhan informan mengatakan bahwa mereka melakukan pengecekan berulang kali semua informasi yang berasal dari media sosial.⁹

Uni juga mengulas salah satu jurnalis yang terang-terangan memanfaatkan media sosial untuk memperoleh data berita, yakni Najwa Shihab. Najwa yang menjadi presenter sekaligus produser Mata Najwa pernah merasa kesulitan untuk mencari seorang narasumber. Akhirnya ia memanfaatkan media sosial, terutama pada platform Facebook dan Twitter. Nana sapaan akrabnya, mengakui bahwa media sosial sangat membantu kerjanya dalam hal jurnalistik.

Hal ini pun diyakini oleh Bhimanto Suwastoyo. Kepala Layanan Berita Jakarta Globe menyatakan “*social media is an alert system.*” Masyarakat menganggap media sosial menjadi peringatan atau tanda untuk memberitahukan tentang apapun yang sedang terjadi dan menjadi perbincangan orang banyak. Para jurnalis Jakarta Globe pun merasa dimudahkan dengan adanya media sosial dalam hal mencari informasi dari informan yang populer. Walaupun

⁹ Uni Lubis, *Interaksi Jurnalis dan Media Sosial*, diakses dari <http://unilubis.com/2012/02/21/interkasi-jurnalis-dan-media-sosial/> pada tanggal 7 Maret 2020, pukul 10.50

begitu, media sosial tidak merubah cara produksi berita di media cetak, mereka hanya merubah cara mencari sumber beritanya.¹⁰

Keterkaitan antara media sosial dengan proses produksi berita juga dibuktikan Adelia dalam penelitiannya. Enam wartawan Jawa Pos Radar Semarang terbukti menggunakan media sosial dalam beberapa tahap produksi berita, yaitu pada tahap perencanaan berita, penyuntingan berita dan pendistribusian berita. Adelia menarik kesimpulan wartawan Jawa Pos Radar Semarang yang menggunakan media sosial merasakan perubahan yang baik, mereka juga merasakan sisi positif yang menguntungkan dalam hal banyak dan cepatnya data yang diterima dan memudahkan mereka untuk mendistribusikan berita.¹¹

Menjadikan konten media sosial sebagai sumber berita memang tak bisa dibantah oleh beberapa pewarta berita. Alejandro menjelaskan setidaknya terjadi pergeseran peran jurnalis di industri media akibat luasnya jaringan media sosial. Jurnalis menerima informasi tidak lagi dari orang pertama yang menjadi sumbernya melainkan orang kedua, ketiga, atau keempat.¹² Bisa dibilang apa yang diterima jurnalis saat itu adalah informasi yang telah berkembang dan diperbincangkan di media sosial.

¹⁰ Maverick, *Indonesian Journalists Technographic Report 2012-2013*. Diakses dari <http://old.maverick.co.id/47-of-indonesian-journalists-are-active-contributors-in-social-media-technographics-survey-report-2013/> pada tanggal 30 Oktober 2020 pukul 19.19 WIB

¹¹ Ova Adelia, Skripsi: “*Penggunaan Media Sosial oleh Wartawan Jawa Pos Radar Semarang dalam Pembuatan Berita*”, (Semarang: Universitas Diponegoro, 2019), 106-118

¹² Jennifer Alejandro, *Journalism in the age of Social Media*. Reuters Institute Fellowship Paper, University of Oxford, 2010, 9

Dengan realitas seperti ini, jurnalis mengemban tanggung jawab lebih besar di era digital. Informasi yang berlimpah menjadikan peran jurnalis sebagai *gatekeeper* atau penjaga gerbang informasi dalam media tradisional telah hilang. Jurnalis sebagai anjing pengawas (*watch dog*) pun berubah menjadi anjing pemandu (*guide dog*).¹³

Hadirnya media sosial dan eksistensi jurnalisme warga pun bukan tanpa resiko, berita-berita yang merajai media sosial pun bermacam-macam, tidak semua berita dapat dikatakan benar dan salah jika belum ada tahap verifikasi.

Sebab bila dilihat secara struktur berita, antara jurnalis warga dan tradisional akan terlihat perbedaan yang cukup kentara. Tak hanya itu, berita biasanya terdiri dari judul, *lead*, tubuh berita dan penutup. Namun dalam media sosial, jurnalisme warga tidak melakukan hal tersebut.¹⁴ Sesuatu yang dikabarkan warga bisa jadi hanya satu kalimat yang terdiri dari empat sampai lima kata saja.

Sebagaimana yang diformulasikan oleh Laswell, tentang kelengkapan berita yang sering digunakan diliteratur jurnalistik tentang berita yakni 5W+1H, menjadi kabur dalam jurnalisme warga.¹⁵ Hal ini diperkuat Bahrin dalam Jurnal KAREBA yang meneliti berita politik Pilkada Gowa 2015 dalam rubrik Citizen Reporter Gosulsel.com, menjelaskan jika dilihat dari perspektif kelengkapan berita, dapat dikatakan rubrik citizen reporter hampir memenuhi unsur-unsur dasar kelengkapan berita pada umumnya. Rata-

¹³ Cui X & Liu Y, *How Does Online News Curate Linked Sources? A Content Analysis of Three Online News Media*, Journalism: 2016, 18 (3)

¹⁴ Rulli Nasrullah, *Teori & Riset Media Siber*, (Jakarta: Kencana, 2016), 52

¹⁵ Harold D. Laswell, *Politics: Who Gets What, When, How*, (New York: The World Publishing Company), 5

rata menunjukkan 70-100%, kecuali untuk unsur “how” yang hanya memperoleh 60% saja.¹⁶

Keadaan seperti ini menurut Burns merupakan salah satu dari karakteristik jurnalisme warga. Dengan menggabungkan dua istilah “Pro-Am” Journalism, yakni penggabungan dari dua kata kerja, profesional dan amatir atau bisa disebut sebagai orang yang melakukan sesuatu dengan kurang baik.¹⁷

Selain melaporkan peristiwa, karakteristik dari jurnalisme warga adalah memberikan komentar atas informasi peristiwa yang disebarluaskan.¹⁸ Ini tentu sudah tidak bisa dikatakan sebagai berita, karena mengikutsertakan opini pribadi dalam tulisan. Beberapa kekhawtiran tersebut bisa menyebabkan tidak akuratnya suatu informasi yang akan berdampak pada munculnya hoaks atau berita bohong.

Dalam hal ini lah peran jurnalis profesional sangat dibutuhkan. Untuk menyediakan berita yang akurat kepada masyarakat. Berita yang tidak sesuai dengan kejadian yang ada tidak bisa dibenarkan. Itu menunjukkan bahwa berita tersebut tidak bisa dipercaya.¹⁹ Maka jurnalis harus pintar-pintar memilah dari ratusan juta informasi yang tersebar di media sosial.

¹⁶ Andi Chairiza Bahrin, *Analisis Berita Politik Pilkada Gowa 2015 pada Rubrik Citizen Reporter Portal Berita Online WWW.Gosulsel.com* (Suatu Studi tentang Jurnalisme Warga dari Perspektif Kelengkapan Berita), KAREBA Jurnal Ilmu Komunikasi Vol. 8 No. 1 Januari-Juni, 2019, 183

¹⁷ Axel Burns, *News Producers in a Pro-Am Mediasphere: Why Citizen Journalism Matters*, (London: Palgrave Macmillan, 2010), 7-8

¹⁸ Zuckerman, E. *Citizen media and the Kenyan electoral crisis*. In S. Allan & E. Thorsen (eds.), *Citizen Journalism: Global Perspectives*. New York, NY: Peter Lang, 2009.

¹⁹ A.M. Dewabrata, *Kalimat Jurnalistik*, (Jakarta: Kompas, 2010), 99

Allah SWT telah bersabda pada Qur'an surat Al-Hujurat ayat 6 telah dijelaskan untuk terlebih dahulu memeriksa sebuah kabar sebelum kita mempercayainya dan mengabarkan kepada khalayak.

يَا أَيُّهَا الَّذِينَ آمَنُوا إِن جَاءَكُمْ فَاسِقٌ بِنَبَأٍ فَتَبَيَّنُوا أَن تُصِيبُوا قَوْمًا بِجَهَالَةٍ فَتُصْبِحُوا عَلَىٰ مَا فَعَلْتُمْ نَادِمِينَ

Artinya: “Wahai orang-orang yang beriman! Jika seorang yang fasik datang kepadamu membawa suatu berita, maka telitilah kebenarannya, agar kamu tidak mencelakakan suatu kaum karena kebodohan (kecerobohan), yang akhirnya kamu menyesali perbuatanmu itu.”²⁰

Dari sini, penelitian ini tertarik untuk memfokuskan kajian pada penggunaan media sosial dalam produksi berita pada media massa yang mempunyai basis pembaca Muslim, yakni Duta Masyarakat. Duta Masyarakat merupakan koran [Nahdlatul Ulama](#). Tetapi kini intensitas pembacanya tak hanya dari golongan Nahdlatul Ulama saja, melainkan golongan lainnya juga.²¹

Pemilihan media cetak ini, penulis beralasan bahwa media cetak dinilai lebih akurat dibanding media massa yang lain. Menurut survei Nielsen Consumer & Media

²⁰ *Mushaf Al-Azhar Al-Qur'an dan Terjemahan* (Bandung: Jabal, 2010), 516

²¹ Duta Masyarakat, diakses dari https://id.m.wikipedia.org/wiki/Duta_Masyarakat pada 7 Maret 2020, pukul 10.01

media cetak masih menempati media massa yang paling akurat dan dipercaya.²²

Dalam penelitian ini penulis ingin mengetahui bagaimana sebuah media massa tradisional merasakan dampak perkembangan teknologi komunikasi seperti media sosial dalam proses produksi berita keislaman di tengah kondisi media sosial yang dipenuhi dengan unggahan para jurnalis warga yang kurang sesuai dengan kaidah jurnalistik.

B. Rumusan Masalah

Sejalan dengan apa yang penulis uraikan di atas, peneliti ingin menggaris-bawahi tentang masalah yang akan menjadi fokus penelitian. Rumusan masalah penelitian ini adalah:

1. Apa jenis media sosial yang digunakan oleh para jurnalis Harian Umum Duta Masyarakat dalam memproduksi berita keislaman?
2. Apa pertimbangan para para jurnalis Harian Umum Duta Masyarakat dalam menggunakan media sosial sebagai sumber berita keislaman?
3. Sejauhmana para jurnalis Harian Umum Duta Masyarakat memanfaatkan media sosial dalam memproduksi berita keislaman?

C. Tujuan Penelitian

Sebagaimana yang telah penulis tuturkan dalam latar belakang dan rumusan masalah, tujuan penulis dalam penelitian ini, diantaranya:

²² Sindo News, *Survei Nielsen: Media Cetak Lebih Dipercaya*, diakses dari <https://nasional.sindonews.com/berita/1263614/15survei-nielsen-media-cetak-lebih-dipercaya> pada 10 Juli 2020, pukul 08.14

1. Untuk mengetahui jenis media sosial yang digunakan oleh para jurnalis harian Duta Masyarakat dalam memproduksi berita keislaman.
2. Untuk mengetahui pertimbangan para para jurnalis harian Duta Masyarakat dalam menggunakan media sosial sebagai sumber berita keislaman.
3. Untuk mengetahui sejauhmana para jurnalis Harian Duta Masyarakat memanfaatkan media sosial dalam memproduksi berita keislaman.

D. Manfaat Penelitian

Hasil penelitian ini diharapkan memiliki manfaat yang bisa diambil bersama. Diantara beberapa manfaat tersebut adalah sebagai berikut:

1. Manfaat Teoretis
 - a. Sebagai tambahan pengetahuan, keilmuan dan menjadi arsip ilmiah bagi universitas.
 - b. Sebagai rujukan untuk penelitian selanjutnya terlebih pada Program Studi Komunikasi dan Penyiaran Islam.
2. Manfaat Praktis

Penulis berharap penelitian ini dapat menjadi referensi untuk media-media massa di luar sana, terutama pada media cetak. Terlebih apada proses produksi beritanya yang menggunakan media sosial.

E. Definisi Konsep

1. Penggunaan Media Sosial

Kata penggunaan menurut Kamus Besar Bahasa Indonesia adalah proses, cara pembuatan memakai sesuatu, atau pemakaian.²³ Jika diartikan

²³ Departemen Pendidikan Nasional Republik Indonesia, *Kamus Besar Bahasa Indonesia*, (Jakarta: Balai Pustaka, 2002), 852

secara istilah, penggunaan merupakan kegiatan menggunakan atau memakai sesuatu.

Nasrullah dalam buku *Media Sosial: Perspektif Komunikasi, Budaya, dan Sosioteknologi* mengartikan makna media sosial sebagai media di internet yang memberikan peluang untuk pengguna mengekspresikan pribadinya maupun berinteraksi, bekerja sama, berbagi, berkomunikasi dengan pengguna lain sehingga menimbulkan keterikatan hubungan secara virtual.²⁴

Jadi, penggunaan media sosial yang peneliti maksud dalam penelitian ini adalah kegiatan menggunakan medium internet yang bertujuan untuk membantu kerja wartawan dalam mencari informasi sebagai bahan perencanaan berita, pencarian dan berkomunikasi dengan narasumber, dan kegiatan penyuntingan berita. Media sosial yang dimaksud disini adalah media sosial seperti Whatsapp, Youtube, Twitter, Facebook, dan Instagram.

2. Produksi Berita Keislaman

Produksi adalah segala cara, metode, dan teknik untuk membuat atau menambah fungsi dari suatu barang ataupun jasa dengan menggunakan sumber-sumber (tenaga kerja, mesin, bahan-bahan, dan dana) yang ada.²⁵ Romli dalam buku *Jurnalistik Praktis*, mengartikan produksi berita (*news processing*) adalah tahapan yang akan dilalui dalam

²⁴ Rulli Nasrullah, *Media Sosial: Perspektif Komunikasi, Budaya dan Sosioteknologi*. (Bandung: Simbiosis Rekatama Media, 2015), 11

²⁵ Sofjan Assauri, *Manajemen Produksi dan Operas Edisi Revisi*, (Jakarta:Lembaga Penerbit Fakultas Ekonomi Bisnis Universitas Indonesia, 2008), 105

menyiapkan berita, yang didalamnya termasuk perencanaan berita, peliputan berita, penulisan berita, dan penyuntingan berita. Teknik peliputan berita juga termasuk didalamnya reportase, wawancara, dan riset pustaka.²⁶ Sedangkan pengertian berita keislaman sendiri merupakan berita yang membahas isu tentang agama dan umat Islam atau berita “umum” yang dikemas dalam perspektif Islam.²⁷

Jadi, definisi produksi berita keislaman yang menjadi konsen peneliti dalam penelitian ini adalah tahap menghasilkan berita keislaman yang didalamnya termasuk proses perencanaan berita, peliputan berita seperti reportase, wawancara, dan riset pustaka, penulisan berita, dan penyuntingan berita.

F. Sistematika Pembahasan

Penelitian ini peneliti bagi ke dalam beberapa bagian diantaranya adalah:

Bagian Awal

Bagian ini merupakan bagian pembuka skripsi yang berisi Judul Penelitian (sampul), persetujuan dosen pembimbing, pengesahan tim penguji, motto dan persembahan, pernyataan otentisitas skripsi, abstrak, kata pengantar, daftar isi, daftar table, dan daftar gambar.

²⁶ Asep Syamsul A. Romli, *Jurnalistik Praktis Untuk Pemula*, (Bandung: Remaja Rosdakarya, 2014), 7

²⁷ Romli, A. S. M. *Jurnalistik Dakwah Visi an Misi Dakwah Bil-Qolam*. (Bandung: PT Remaja Rosdakarya, 2003), 86

Bagian Inti

BAB I : PENDAHULUAN

Pendahuluan adalah bab pertama skripsi yang membawa pembaca untuk tahu dan mengerti apa yang akan diteliti dan alasan penulis melakukan penelitian ini. Di dalam pendahuluan berisi: latar belakang masalah, rumusan masalah, tujuan penelitian, manfaat penelitian, definisi konsep, dan sistematika pembahasan.

BAB II : KAJIAN TEORETIK

Dalam bab kedua akan termuat kerangka teoritik dan penelitian terdahulu yang relevan. Bagian ini akan menunjukkan bahwa penelitian ini telah dilakukan berdasarkan landasan ilmiah.

BAB III : METODE PENELITIAN

Bab ini akan berisi tentang metode penelitian yang digunakan dalam skripsi ini. Disini akan dijelaskan secara rinci dan teknis tentang pelaksanaan penelitian. Beberapa hal tersebut adalah jenis penelitian dan pendekatan, teknik sampling dan subjek penelitian, jenis dan sumber data, tahap-tahap penelitian, teknik pengumpulan data, teknik validitas data, teknik analisis data, dan tahap penelitian.

BAB IV : PENYAJIAN DAN ANALISIS DATA

Selanjutnya akan menjadi bagian pokok untuk seluruh skripsi ini setelah melakukan *field research* dan memperoleh hasil yang diinginkan. Bab ini menyampaikan profil utuh subjek penelitian, penyajian data, pembahasan hasil penelitian yang mencakup dua hal yakni, perspektif teori dan perspektif keislaman.

BAB V : PENUTUP

Disini adalah bab kelima yang berisi tentang rangkuman atau inti dari jawaban rumusan masalah yang ada. Setelah itu juga menambahkan saran dan rekomendasi dan keterbatasan penelitian.

Bagian Akhir

Pada bagian ini penulis membuat daftar pustaka atau semua referensi dan rujukan yang digunakan untuk menunjang penelitian, dan beberapa lampiran yang dirasa perlu dicantumkan untuk memperkuat data penelitian.

BAB II

KAJIAN TEORETIK

A. Kerangka Teoretik

1. Media Sosial

a. Pengertian Media Sosial

Dalam pengertian yang singkat, media bisa diartikan dengan alat komunikasi.²⁸ Sedangkan arti kata sosial menurut Weber dalam Fuchs merujuk pada relasi sosial. Relasi sosial tersebut dapat dibaca lewat kategori aksi sosial (*social action*) dan relasi sosial (*social relations*). Kedua hal ini mampu menjelaskan tentang apa yang dimaksud dengan aktivitas sosial dan aktivitas individual.²⁹

Nasrullah menghimpun beberapa pengertian media sosial menurut berbagai literatur penelitian, diantaranya³⁰:

- 1) Shirky mengartikan media sosial sebagai media yang digunakan untuk berbagi (*to share*), bekerja sama (*to co-perate*) antara satu pengguna dan pengguna lainnya dan melakukan tindakan bersama-sama yang semuanya berada di luar kerangka institusional maupun organisasi.
- 2) Van Dijk mengartikan media sosial sebagai media yang fokus pada keberadaan pengguna yang memberikan mereka fasilitas untuk

²⁸ Denis McQuail, *Teori Komunikasi Massa*, (Jakarta: Erlangga, 2003), 4

²⁹ Christian Fuchs, *Social Media: A Critical Introduction*, (Los Angeles: SAGE, 2014), 38

³⁰ Rulli Nasrullah, *Media Sosial: Perspektif Komunikasi, Budaya dan Sosioteknologi*. (Bandung: Simbiosis Rekatama Media, 2015), 11

beraktivitas maupun bekerjasama. Oleh sebab itu, media sosial dapat dilihat sebagai medium (fasilitator) *online* yang menguatkan hubungan antar pengguna sekaligus sebagai sebuah ikatan sosial.

- 3) Meike dan Young mendefinisikan media sosial sebagai gabungan antara komunikasi personal dalam arti saling berbagi diantara individu (*to shared one-to-one*) dan media publik untuk berbagi kepada siapa saja tanpa ada kekhususan individu.
- 4) Nasrullah dalam buku Media Sosial: Perspektif Komunikasi, Budaya, dan Sosioteknologi mengartikan makna media sosial sebagai media di internet yang memberikan peluang untuk pengguna mengekspresikan pribadinya maupun berinteraksi, bekerja sama, berbagi, berkomunikasi dengan pengguna lain sehingga menimbulkan keterikatan hubungan secara virtual.

Adegbillero dan iwari dalam Akintola, dkk menjelaskan bahwa media sosial berbeda dengan bentuk media massa lama mulai dari kualitas, kecanggihan jangkauan, kecepatan, efisiensi, frekuensi, akurasi, kegunaan, kenadalan, murah, kedekatan, dan jangka waktu penyimpanan.³¹

Dari beberapa pengertian media sosial di atas, penulis menyimpulkan bahwa media sosial adalah sebuah alat komunikasi sosial berbasis

³¹ Akintola, dkk. *Usage of Whatsapp as a social media Platform among Undergraduates in Kwara State*. Nigerian Journal of Educational Technology, 1, 2016, 1

dalam jaringan (*online*) untuk berinteraksi, bekerja sama, dan berbagi kepada siapa saja tanpa dibatasi oleh jarak dan waktu.

b. Karakteristik Media Sosial

Seperti hal lainnya, media sosial juga mempunyai karakteristik atau sifat khasnya, yaitu³²:

1) Jaringan (*network*) Antarpengguna

Media sosial mempunyai karakter untuk menciptakan jaringan di antara para penggunanya. Meskipun tidak saling mengenal di kehidupan sehari-hari (*offline*), namun kehadirannya memberi peluang untuk saling terhubung secara cara kerja teknologi. Jaringan ini nantinya akan membentuk komunitas atau masyarakat yang secara sadar menerapkan nilai-nilai sosial.

2) Informasi (*Information*)

Karakter informasi dalam media sosial dapat dilihat dari dua segi. Pertama, media sosial dibangun berdasarkan informasi. Pada sisi lembaga, media sosial dibuat berdasarkan informasi yang dikodekan lalu didistribusikan melalui berbagai macam perangkat pada pengguna. Sedangkan pada sisi pengguna, informasi menjadi modal awal untuk memulai interaksi kepada sesama pengguna.

³² Rulli Nasrullah, *Media Sosial: Perspektif Komunikasi, Budaya dan Sosioteknologi*. (Bandung: Simbiosis Rekatama Media, 2015), 16-34

Kedua, informasi menjadi barang dagangan utama di media sosial. Setiap pengguna yang masuk dan menggunakan platform, harus menyertakan informasi pribadinya, entah itu asli maupun palsu untuk mendaftarkan akunnya. Data-data tersebut menjadi komoditas bisnis yang bisa diperdagangkan.

3) Arsip (*Archive*)

Salah satu karakteristik yang menjadi kekuatan media sosial adalah arsip. Pengguna media sosial tak hanya bisa memproduksi dan mengonsumsi informasi, tetapi juga mendapatkan gudang penyimpanan yang sangat besar untuk apa saja yang telah ia bagikan dan bisa diakses oleh siapapun yang ingin mengetahuinya.

4) Interaksi (*Interactivity*)

Diawal sudah dibahas bahwa media sosial membentuk jaringan atarpengguna. Jaringan tersebut tak hanya terbentuk dari pertemanan atau saling mengikuti di media sosial, melainkan melakukan interaksi. Bentuk-bentuk interaksi tersebut bisa berupa menyukai atau mengomentari di kolom komentar pengguna lain. Pada platform Facebook kita bisa memberikan seperti tanda jempol sebagai tanda menyukai, atau emotikon dengan berbagai ekspresi yang diinginkan untuk mengekspresikan apa yang kita rasakan pada unggahan pengguna lain.

Interaksi dalam kajian media menjadi salah satu pembeda antara media lama (*old*

media) dan media baru (*new media*). David Holmes dalam Nasrullah mengatakan bahwa pengguna media lama atau para penikmatnya tidak dapat mengetahui dan berinteraksi satu sama lain. Sedangkan pada media baru, para penggunaanya bisa dibidang aktif berinteraksi baik antara si produsen informasi dan yang mengonsumsi informasi.

5) Simulasi Sosial

Makna simulasi menurut Jean Baudrillard dalam karyanya *Simulations and Simulacra*, mengatakan bahwa kesadaran tentang hal yang nyata semakin bergeser digantikan hal yang semu. Di media sosial memang tergambarkan mirip dengan realitas, namun interaksi sebenarnya adalah simulasi dan terkadang sangat berbeda. Misalnya pada identitas diri yang sangat fleksibel yang sewaktu-waktu bisa berubah.

6) Konten Oleh Pengguna (*User Generated Content*)

Karakter ini menunjukkan bahwa konten media sosial adalah sepenuhnya milik pemilik akun media sosial. Pengguna mendapat kebebasan untuk mengelola media sosialnya sendiri. Tidak hanya itu, pengelola pun bisa menikmati konten yang diproduksi oleh pengguna lainnya.

7) Penyebaran (*Sharing*)

Bankler mengaggap media sosial tidak hanya memproduksi konten yang dibuat dan dinikmati oleh orang yang menggunakannya

namun juga disebar dan dibahas lebih lanjut.³³

Penyebaran dalam media sosial terjadi pada dua hal. Pertama, penyebaran melalui konten. Pada media sosial konten tidak hanya dihasilkan oleh satu pengguna, melainkan disebar secara manual oleh pengguna lainnya. Menariknya, konten yang disebar pun tidak statis melainkan berkembang dengan tambahan referensi dan data ataupun komentar pribadi lainnya. Karakter ini tidak datang tanpa alasan, penyebaran tersebut menjadi penting karena; 1) penyebaran informasi dianggap penting untuk diketahui oleh komunitas virtual, 2) memperlihatkan keberpihakan pada suatu isu atau informasi yang beredar, 3) informasi yang didistribusikan menjadi alat untuk menambah data dalam akun pengguna tersebut. Kedua, melalui perangkat. Penyebaran ini biasa ditemukan di platform yang menyediakan tombol *share* untuk disebar ke platform lainnya, misalkan menyebarkan konten Youtube pada Whatsapp, Twitter atau Facebook.

c. Fungsi Media Sosial

Fungsi yang dimiliki media sosial adalah:

- 1) Membuat aktivitas sosial masyarakat semakin meluas dengan menggunakan internet dan teknologi web, merubah proses

³³ Yochai Benkler, *Sharing Nicely, In the Social Media Reader*, (New York: New York University Press), 17-23

komunikasi dari satu orang ke banyak orang menjadi banyak orang ke banyak orang lainnya.

- 2) Demokrasi dalam media sosial sangat ketara terkait dengan ilmu dan informasi yang menjadi kebutuhan orang banyak. Perkembangan dalam diseminasi informasi yang sangat progresif dalam lingkup kebebasan komunikasi antara lain mentransformasi seseorang sebagai pengguna isi pesan, menjadi pembuat pesan itu sendiri.
- 3) Selain itu media sosial juga menjadi media untuk mendistribusikan informasi yang diproduksi oleh jurnalis warga.³⁴

Constantinides juga mendapati tiga fungsi yang dimanfaatkan oleh pengguna media sosial, yakni 1) Pengguna baru dengan prosentase 29,5% yang jarang berinteraksi dan memiliki akses yang rendah untuk mengunduh informasi. 2) Pengguna sosial dengan prosentase 40,7% yang sangat aktif bersosialisasi secara virtual dan cukup pandai dalam mencari informasi. 3) Pengguna informasi dengan prosentase sebanyak 29,8% yang memnfaatkan media sosial secara utuh baik dalam hal berinteraksi maupun konten informasinya.³⁵

³⁴ Kompas. *Standar Kaidah Jurnalistik Tetap Perlu*, Surat Kabar Harian "Kompas" 2017, Maret 30, 12

³⁵ Efthymios Constantinides, *Higher education marketing: A study on the impact of social media on study selection and university choice*. International Journal of Technology and Education Marketing, 2, 2014, 41-58.

d. Jenis Media Sosial

Media sosial telah mengalami perkembangan yang semakin pesat dan tentunya memiliki jenis yang banyak diantaranya adalah:

- 1) *Social Networking* atau situs jejaring sosial merupakan yang paling populer diantara lainnya, karena media sosial ini memungkinkan untuk berinteraksi dengan sesama pengguna. Interaksi ini tidak hanya terjadi pada pesan teks, namun juga pada pesan gambar, video yang menarik untuk pengguna lain, contohnya seperti *facebook*, *linkedin.com*.³⁶
- 2) *Blog* adalah media sosial yang dapat dimanfaatkan oleh penggunanya untuk mengunggah berbagai tulisan, foto, berbagai tautan, web lain dan sebagainya. Penggunaan kata *Blog* berasal dari “*weblog*” yang diperkenalkan oleh John Berger pada 1997 yang berarti jurnal pribadi *online*. Contohnya seperti personal homepages yang menggunakan nama domain .com, atau .net, *wordpress*, dan *blogspot*.³⁷
- 3) *Microblogging*, tidak jauh beda dengan blog, media sosial ini memfasilitasi penggunanya untuk menuangkan kegelisahannya dalam akun pribadinya. Sebut saja *Twitter* yang

³⁶ Sunil Saxena, *Social Media can be Organized in 6 clear Categories*, 2014, diakses dari <http://www.easymedia.in/social-media-can-be-organized-6-clear-categories/> pada 30 September 2020

³⁷ Rulli Nasrullah, *Teori dan Riset Media Siber (Cybermedia)*, (Jakarta: Prenada Media, 2016), 29

menyediakan kolom untuk bercuit maksimal sebanyak 280 karakter.

- 4) *Media Sharing*, merupakan jenis media yang memfasilitasi para penggunanya untuk berbagi dokumen, video, file, foto dan lain sebagainya. Beberapa contohnya seperti *Youtube, Instagram, Flickr, Photobucket*, atau *Snapfish*.³⁸
- 5) *Social Bookmarking* atau penanda sosial merupakan media sosial yang berguna untuk mengatur, menyimpan, mengelola, dan mencari informasi atau suatu berita secara *online*. Beberapa contoh *social bookmarking* adalah *Delicious.com, StumbleUpon.com, Digg.com, Reddit.com*, dan *LintasMe* untuk Indonesia.³⁹
- 6) *Wiki*, Gilmor dalam Nasrullah mengatakan bahwa *wiki* merupakan situs web yang dapat dibuat oleh beberapa orang yang berkolaborasi sehingga menghasilkan sebuah konten. Dengan *wiki*, semua orang mempunyai kesempatan untuk menyunting sebuah informasi atau konten yang telah terunggah, sehingga semua orang bisa berkontribusi.⁴⁰

e. Jurnalisme Warga dalam Media Sosial

1) Pengertian dan Sejarah Jurnalisme Warga

³⁸ Rulli Nasrullah, *Media Sosial Perspektif Komunikasi, Budaya, dan Sosioteknologi*, (Bandung: Simbiosis Rekatama Media, 2018), 43

³⁹Rulli Nasrullah, *Media Sosial Perspektif Komunikasi, Budaya, dan Sosioteknologi*, 44

⁴⁰Rulli Nasrullah, *Media Sosial Perspektif Komunikasi, Budaya, dan Sosioteknologi*, 46-47

Citizen journalism atau yang biasa disebut dengan jurnalisme warga adalah kegiatan warga yang berperan dalam mencari, mengolah, dan menyebarkan berita kepada masyarakat diluar sana.⁴¹

Kurniawan dalam Jurnal Makara, Sosial Humaniora yang berjudul “Jurnalisme Warga di Indonesia, Prospek dan Tantangannya” melakukan penelitian sejarah awal munculnya aktivitas jurnalisme warga di Indonesia. Kurniawan menyatakan awal jurnalisme warga di Indonesia justru berawal dari stasiun radio Elshinta pada tahun 2000 dan hingga sekarang ini Elshinta punya 100.000 reporter warga.⁴²

Radio Elshinta pertama kali berdiri pada tahun 1966 digunakan sebagai media untuk memperkenalkan beragam budaya yang ada di Indonesia. Pada tahun 2000 Eddy Harsono selaku Wakil pemimpin redaksi radio Elshinta, bercerita bahwa stasiun radionya mulai membuka tangan lebar untuk warga yang ingin melaporkan peristiwa⁴³

⁴¹Diah Handayani, *Peran Jurnalisme Warga (Citizen Journalism) Berbasis Santri Sebagai Penyeimbang Komunikasi Keagamaan Lokal Kediri*, Mediakita Vol. 1 No. 2 Juli 2017, 142

⁴²Moch. Nunung Kurniawan, *Jurnalisme Warga di Indonesia Prospek dan Tantangannya*, Jurnal MAKARA, Sosial Humaniora, Vol. 11, No. 2, Desember 2007, 72

⁴³ Moch. Nunung Kurniawan, *Jurnalisme Warga di Indonesia Prospek dan Tantangannya*, 73

Peristiwa Tsunami yang terjadi di Aceh dan sebagian besar Negara yang berada di kawasan Asia Tenggara pada tahun 2004 memperlihatkan kekuatan warga dalam hal melaporkan peristiwa bencana tersebut.⁴⁴ Apa yang terjadi saat itu menjadi bahan berita yang bisa disebar ke media internasional. Ini menunjukkan bahwa kekuatan khalayak dalam menyebarkan informasi membantu institusi media massa yang tidak bisa 24 jam berada dilokasi kejadian. Khalayak tidak lagi hanya sekedar menjadi narasumber yang diwawancarai oleh jurnalis, melainkan juga bisa menjadi jurnalisme warga yang bisa melakukan kerja-kerja jurnalistik seperti mengumpulkan data, mewawancarai warga lainnya, memotret lokasi kejadian, hingga melaporkannya secara *live*.⁴⁵

Tidak dapat dipungkiri media sosial memang menjadi gerbang yang lebih besar dimana begitu banyak informasi bertebaran dari para penggunanya. Sehingga melibatkan warga dalam jurnalistik pun membuat jurnalistik semakin berkembang pesat. Apalagi karena semakin canggihnya perangkat komunikasi dan jaringan luas yang tak terhambat oleh jarak dan waktu.

⁴⁴Stuart Allan, Einar Thorsen, *Citizen Journalism, A Global Perspectives*, (New York: Peter Lang Publishing, 2009)

⁴⁵Rulli Nasrullah, *Media Sosial Perspektif Komunikasi, Budaya, dan Sosioteknologi*, (Bandung: Simbiosis Rekatama Media, 2018), 156

Data digital 2020 terbaru dari We Are Social yang berkolaborasi dengan Hootsuite menunjukkan bahwa lebih dari 4,5 miliar orang di dunia sekarang menggunakan internet. Sementara pengguna media sosialnya telah melampaui angka 3,8 miliar. Jadi, hampir 60 persen dari total penduduk dunia telah terhubung satu sama lain.⁴⁶

Sedangkan di Indonesia sendiri, dengan total populasi 272,1 juta penduduk, sebanyak 160 juta merupakan pengguna media sosial yang aktif. Rata-rata waktu menggunakan media sosial setiap harinya adalah selama 3 jam 26 menit. Dengan Youtube sebagai platform yang paling diminati, disusul dengan Whatsapp, Facebook, Instagram, Twitter, Line, dan media sosial lainnya.⁴⁷ Ini menunjukkan bahwa media sosial telah semakin akrab dengan penduduk Indonesia. apalagi dengan kemudahan mengakses dan dengan biaya yang semakin murah dan banyak pilihan jenis media sosial yang tersedia.

2) Bergesernya Tipe Khalayak

Menurut perspektif budaya siber (*cyberculture*) internet menjadi ruang

⁴⁶ Simon Kemp, *Special Reports Digital 2020: 3.8 Billion People Use Social Media* diakses dari <https://wearesocial.com/blog/2020/01/digital-2020-3-8-billion-use-social-media> pada tanggal 29 September 2020

⁴⁷ Andi Dwi Riyanto, *Hootsuite (We Are Social): Indonesian Digital Report 2020* diakses dari <https://andi.link/hootsuite-we-are-social-indonesian-digital-report-2020/> pada tanggal 29 September 2020

dimana kultur yang terjadi tersebut diproduksi, didistribusikan, dan dikonsumsi. Dimana sifat dasar perspektif ini mengaburkan batasan ruang (*space*), geografis (*place*), dan demografis (*entities*).⁴⁸

Media sosial pun sering dikaitkan dengan kebebasan bersuara karena dapat merubah orang yang biasanya hanya menikmati informasi menjadi orang yang bisa memproduksi informasi.⁴⁹ Disini, masyarakat bisa melakukan dua hal tersebut sekaligus.⁵⁰

Adanya kebebasan tersebut ditegaskan oleh Mudrock yang mengatakan bahwa media memberikan fasilitas warga untuk melaksanakan haknya sebagai warga Negara.⁵¹

2. Produksi Berita

a. Pengertian Berita

News atau berita merupakan kabar atau informasi tentang seluruh kejadian yang baru saja

⁴⁸ Rulli Nasrullah, *Teori dan Riset Media Siber (Cybermedia)*, (Jakarta: Prenada Media Group, 2016), 62

⁴⁹ Evans Dave, *Social Media Marketing An Hour A Day*, (Canada : Wiley Publishing Inc, 2008), 34

⁵⁰ Giovanni Cesaero, *From the "Work of Consumption" to the "Work of Prosumers"*, *The Handbook of Political Economy of Communications*, West Sussex: Wiley Blackwell, 2011, 403-405

⁵¹ Graham Mudrock, *Blindspot about Western Marxism; a Reply To Dallas Smythe*, *Canadian Journal of Political and Social Theory*, Vol. 2, No. 2, 1978, 109-119

terjadi dan membuat banyak orang tertarik untuk mengetahuinya.⁵² Dalam jurnalistik berita diartikan sebagai laporan tentang kebenaran atau ide yang memiliki jangka waktu, yang ditentukan oleh anggota redaksi suatu surat kabar untuk disebarakan dan bisa membuat para pembaca tertarik untuk menyimaknya karena penting, unik, emosional dan mengandung ketegangan.⁵³

b. Proses Produksi Berita

Dalam proses produksi berita pada sebuah surat kabar, Romli dalam bukunya *Komunikasi Massa* membagi menjadi beberapa bagian atau divisi yang terlibat secara langsung maupun tidak langsung dalam produksi berita tersebut, diantaranya⁵⁴:

1) Pemimpin Redaksi

Pemimpin redaksi merupakan salah satu anggota staf redaksi yang bertugas menjadi pemimpin jalannya rapat redaksi yang bertujuan untuk memilih topik atau tema yang akan diangkat pada setiap harinya.

2) Tim Redaksi/Redaktur

Tim beranggotakan sebanyak tiga orang atau lebih yang mempunyai tugas untuk memilah, meramu, dan mengedit tulisan yang akan diterbitkan pada surat kabar. Tim redaksi pun juga bertugas mencari

⁵² Kustadi Suhandang, *Pengantar Jurnalis, Seputar Organisasi, Produk dan Kode Etik*, (Bandung: Nuansa Cendekia, 2016) , 112

⁵³ Dja'far Husin Assegaf, *Jurnalistik Masa Kini*, (Jakarta: Ghalia Indonesia, 1983), 5

⁵⁴ Khomsahrial Romli, *Komunikasi Masa*, (Jakarta: Kompas Gramedia, 2016), 74-76

bahan berita, menentukan narasumber, untuk memenuhi kebutuhan tulisan dalam surat kabar.

3) Tim Reporter

Tim ini adalah kumpulan jurnalis yang bertugas untuk mencari berita, menentukan dan mewawancarai narasumber, dan menulis berita dari hasil liputan tersebut. Hasil tulisan tersebut nantinya akan diedit oleh tim redaksi. Jurnalis juga bertugas mengambil foto ketika bertugas meliput berita.

4) *Layouter*

Layouter dalam surat kabar bertugas sebagai penata letak tulisan, gambar, dan bagian-bagian surat kabar yang lainnya. Bisa juga dikenal sebagai tata aksara yang bertugas menentukan jenis dan ukuran huruf sesuai kebutuhan visual dari surat kabar tersebut.

5) Ilustrator

Ini adalah orang yang mendapatkan tugas sebagai pembuat/menggambar ilustrasi untuk melengkapi sebuah tulisan seperti cerpen, puisi, opini dan lain sebagainya yang ada di dalam surat kabar.

6) Kontributor Tulisan

Kontributor tulisan merupakan orang yang mempunyai kemampuan menulis, namun mereka tidak menjadi pegawai tetap dalam sebuah surat kabar. Penulis yang menjadi kontributor bisa dari beberapa orang yang berasal dari kalangan yang memiliki

keahlian tertentu seperti; Dosen, Dokter, Ahli Pertanian, Ahli Tata Kota, mahasiswa dan masih banyak lainnya.

Sebelum berita dapat dikonsumsi oleh khalayak, ada beberapa tahap yang harus dilewati dalam proses produksi berita di media cetak. Romli dalam buku *Jurnalistik Praktis Untuk Pemula* menjelaskan tahap produksi berita⁵⁵, diantaranya:

1) Perencanaan Berita (*News Planning*)

Dalam organisasi surat kabar di mana pun, sebelum seseorang reporter turun untuk mulai mencari berita dilapangan, ia harus melakukan perencanaan terlebih dahulu. Kegiatan redaksional yang dilakukan ketika perencanaan adalah:

a) Menghimpun Informasi

Setiap surat kabar harian selalu mengadakan rapat di pagi hari. Rapat tersebut dihadiri oleh Pemimpin Redaksi atau Redaktur Pelaksana untuk menentukan topik-topik apa saja yang akan mengisi Koran mereka besok.⁵⁶ Masing-masing anggota redaksi dapat mengusulkan berita yang akan diliput beserta kemenarikan yang dimiliki pada berita yang akan diangkat. Dari usulan masing-masing anggota redaksi tersebut maka pimpinan redaksi akan menentukan berita apa yang layak untuk

⁵⁵ Asep Syamsul M. Romli, *Jurnalistik Praktis Untuk Pemula Edisi Revisi*, (Bandung: REMaja Rosdakarya, 2014), 7

⁵⁶ Hikma Kusumaningrat, Purnama Kusumaningrat, *Jurnalistik: Teori & Praktik*, (Bandung: Remaja Rosdakarya, 2012), 72

diliput.⁵⁷ Cara menghimpun informasi bisa dengan membaca berita dari Koran ataupun mengamati apa yang sedang hangat diperbincangkan di media sosial.

b) Penentuan Materi Berita

Pada fase ini, tim redaksi membahas tentang apa saja yang akan mengisi surat kabar mereka. Rapat redaksi ini berpatokan pada visi, misi, rubrikasi, nilai berita dan kode etik jurnalistik.⁵⁸ Nilai berita (*news value*) sangat diperhatikan untuk menilai apakah berita itu layak atau tidak.

Kusumaningrat dalam buku *Jurnalistik Teori dan Praktik* mengatakan bahwa nilai berita merupakan asumsi-asumsi intuitif jurnalis tentang sesuatu yang menurutnya menarik perhatian khalayak. Nilai-nilai berita menurut pandangan modern yang perlu diperhatikan oleh jurnalis adalah⁵⁹:

- Aktualitas (*timeliness*), berita ibarat seperti es krim yang gampang meleleh ketika sudah terlalu lama. Berita dinilai

⁵⁷ Mohammad Fajri Dwi Anugrah, *Strategi Manajemen Redaksional dan Manajemen Periklanan Beritagar.Id Sebagai Situs Berita Berbasis Kurasi di Indonesia*. Skripsi Ilmu Komunikasi. (Yogyakarta: Universitas Islam Indonesia, 2017)

⁵⁸Asep Syamsul M. Romli, *Reportase Jurnalistik: Pengertian, Teknik, dan Contoh* diakses dari <https://www.google.com/amp/s/romeltea.com/reportase-pengertian-teknik-dan-contoh/amp/> pada tanggal 11 Oktober pukul 09.55 WIB

⁵⁹ Hikmat, Purnama Kusumaningrat, *Jurnalistik: Teori dan Praktik*, (Bandung: Remaja Rosdakarya, 2012), 61-66

penting ketika baru saja terjadi, apabila semakin lama waktunya maka semakin tidak bernilai. Hampir segala sesuatu yang diberitakan di surat kabar adalah berita yang terjadi hari ini atau sehari sebelumnya. Untuk sebuah surat kabar, semakin baru berita-beritanya maka semakin dibutuhkan dan disukai oleh masyarakat, sebab informasi tersebut sangat mereka butuhkan untuk mengetahui apabila ada bencana, tindak kriminalitas atau informasi lainnya. Informasi tersebut juga bisa mempengaruhi tindakan atas peristiwa yang terjadi.

- Kedekatan (*Proximity*), berita yang memiliki hubungan dekat dengan pembaca akan mendapatkan nilai lebih dibandingkan dengan berita yang kurang ada kedekatan dengan pembaca. Kedekatan ini tidak selalu bermaksud apada kedekatan geografis, melainkan juga pada kedekatan emosional.
- Keterkenalan (*Prominance*), peristiwa menyangkut tokoh-tokoh terkenal pun mendapatkan nilai berita yang tinggi dan masyarakat tentu ingin mengetahuinya. Contohnya seperti Presiden, anggota DPR, Artis, Selebriti, dan beberapa orang lainnya yang memiliki jabatan yang

berpengaruh. Tidak hanya pada orang-orang yang terkenal, keterkenalan ini juga bisa dilihat pada tempat-tempat terkenal seperti museum dan gedung-gedung yang menyimpan sejarah panjang.

- Dampak (*Consequence*), peristiwa yang memiliki dampak yang besar bagi masyarakat memiliki nilai berita yang tinggi. Contohnya seperti kenaikan BBM, berita tentang disahkannya UU Cipta Kerja, dan peristiwa lainnya. Untuk mengukur seberapa besar dampak yang dirasakan pada suatu peristiwa adalah dengan mengajukan beberapa pertanyaan, seperti, “berapa banyak orang yang terkena dampaknya, seberapa luas dan untuk berapa lama?” jawaban dari pertanyaan tersebut akan memberitahu kita seberapa penting sebuah berita.
- *Human Interest* menurut redaktur surat kabar memiliki pengertian yang berubah setiap zamannya. Namun yang pasti human interest berisi sesuatu yang menarik empati, simpati atau yang menimbulkan ketertarikan manusia.
- Daya Tarik (*Magnitude*), peristiwa yang memiliki daya tarik yang tinggi akan bernilai berita sehingga layak untuk dimuat. Contohnya seperti

kejadian unik tentang orang yang memiliki kondisi fisik yang unik seperti terlalu tinggi atau pendek atau kondisi alam yang tidak biasa.

c) Pembagian Materi Berita

Setelah menentukan berita apa saja yang diliput, kemudian seorang redaktur akan menugaskan reporternya untuk meliput. Hampir pada semua surat kabar, pada bagian redaktur kota lah yang mempunyai lebih banyak wartawan. Sebab redaktur kota harus memastikan semua bagian kota dan kota-kota kecil disekelilingnya, dan komunitas-komunitas didaerah terpencil untuk terliput. Redaktur kota menugaskan wartawan-wartawannya sesuai dengan *beat*-nya. *Beat* adalah tempat tetap yang dikunjungi oleh wartawan. Selain reporter *beat* yang jadwal kerja dan tempatnya tetap, redaktur kota juga mempunyai sejumlah reporter yang ditugaskan tidak hanya untuk satu bidang saja. Reporter semacam itu disebut sebagai reporter “pelaksana penugasan umum” yang akan meliput berita yang bukan dari *beat* yang telah biasanya ditentukan.⁶⁰

2) Pencarian Berita (*News Hunting*)

Pada tahapan ini, jurnalis mulai meliput berita dengan melakukan observasi langsung.

⁶⁰ Hikmat dan Purnama Kusumaningrat, *Jurnalistik: Teori dan Praktik*, 74-75

Dalam proses meliput berita, Yunus dalam buku *Jurnalistik Terapan* menulis ada tiga cara, yaitu:⁶¹

a) Reportase

Yunus mengartikan reportase sebagai aktivitas jurnalis meliput ke tempat kejadian perkara (TKP). Disana jurnalis melakukan pengamatan secara langsung, mengumpulkan data-data dan informasi yang terjadi di lapangan yang berhubungan dengan kejadian tersebut.

b) Wawancara

Wawancara merupakan salah satu cara untuk mengetahui suatu kejadian dengan sebenar-benarnya melalui orang lain yang telah mengalaminya secara langsung dengan indera yang dimilikinya. Mike Fancher dalam Kusumaningrat menjelaskan bahwa wawancara yang baik adalah memungkinkan narasumber mengatakan apa yang ia pikirkan bukan memikirkan apa yang hendak ia katakan.⁶²

Lebih lanjut lagi, Kusumaningrat menjelaskan ada tiga macam wawacara berdasarkan cara dilakukannya:

- Tatap Muka, wawancara ini dilakukan dengan berhadap-hadapan. Keuntungan yang didapatkan pada cara ini adalah kita bisa mrnggali informasi dengan lebih dalam dan luas.

⁶¹ Syarifudin Yunus, *Jurnalistik Terapan*, (Bogor: Ghalia Indonesia, 2010), 40

⁶² Hikmat dan Purnama Kusumaningrat, *Jurnalistik: Teori dan Praktik*, 189

- Melalui Telepon, cara wawancara ini biasa dilakukan untuk mengonfirmasi sesuatu dan apabila telah mendekati *deadline* tulisan. Wawancara ini dinilai terbatas dan pewawancara juga tidak bisa melihat mimik wajah dan bahasa tubuh narasumber yang bisa kita lihat apakah dia mengatakan kebenaran dalam ucapannya.
- Wawancara Kelompok, ini merupakan wawancara yang dilakukan dengan lebih dari satu orang narasumber. Wawancara seperti ini biasanya dilakukan pada peristiwa bencana alam atau ketika ada tindak kriminalitas.⁶³

c) Riset Kepustakaan

Riset kepastakaan merupakan teknik peliputan atau pengumpulan data dengan cara mencari kliping koran, membaca buku atau menggunakan fasilitas *search engine* di internet.⁶⁴

3) Penulisan Berita (*News Writing*)

Jurnalisme sering disebut sebagai “*literature in a hurry*” yang artinya kesusastraan yang terburu-buru. Maksud dari kalimat terburu-buru adalah dalam kegiatan jurnalistik diperlukan kecepatan. Oleh karena itu, dari awal surat kabar muncul hingga berkembang seperti sekarang, teknik-

⁶³ Hikmat dan Purnama Kusumaningrat, *Jurnalistik: Teori dan Praktik*, 190

⁶⁴ Syarifudin Yunus, *Jurnalistik Terapan*, (Bogor: Ghalia Indonesia, 2010),

teknik penulisan berita mengacu pada kecepatan. Sehingga berita-berita yang ditulis di media massa biasanya singkat, padat, dan ringkas.⁶⁵

Dalam menulis sebuah berita, umumnya media massa menggunakan pola piramida terbalik. Inti dari berita selalu ditulis di awal, kemudian alinea-alinea selanjutnya menjelaskan peristiwa tersebut secara lebih detail. Mengapa harus seperti itu? Kusumaningrat dalam buku *Jurnalistik: Teori dan Praktik* menjelaskan bahwa naluri manusia ketika menyampaikan suatu berita adalah dengan mengatakan rincian atau ringkasannya terlebih dahulu. Hal tersebut dilakukan agar pendengar cepat menangkap maksud dari ceritanya. Ringkasan yang ditulis di awal paragraph disebut *lead* atau teras berita. Sedangkan alinea-alinea setelahnya disebut tubuh berita.⁶⁶

Suhandang dalam Yunus mengatakan umumnya bahwa cara menulis berita menggunakan formula 5W+1H. Sehingga berita bisa dipahami dengan benar dan sesuai dengan standar jurnalistik yang ada. Tiap peristiwa yang diliput wajib

⁶⁵ Hikmat dan Purnama Kusumaningrat, *Jurnalistik: Teori dan Praktik*, (Bandung: Remaja Rosdakarya, 2012), 125

⁶⁶ Hikmat dan Purnama Kusumaningrat, *Jurnalistik: Teori dan Praktik*, 126

memenuhi rumus apa, siapa, kapan, mengapa, dan bagaimana.⁶⁷

Bagian lain yang perlu diperhatikan dalam menulis berita adalah menggunakan bahasa populer atau menggunakan kata-kata yang bisa ditangkap secara cepat. Unsur berita 5W+1H harus ditulis secara runtut. Sebab ada kecenderungan orang malas membaca berita yang sulit dimengerti. Jika seperti itu, maka untuk apa menulis berita jika ujung-ujungnya tidak dibaca.⁶⁸

Daryl L. Frazel dan George Tuck, Ahli jurnalistik amerika serikat mengatakan hal yang sama. “Mereka berharap wartawan dapat menjelaskan ilmu pengetahuan kepada mereka yang bukan ilmuwan, perihal hubungan internasional kepada mereka yang bukan diplomat, masalah-masalah politik pada para pemilih yang masih awam.” Pembaca surat kabar berharap apa yang ia baca dapat ia mengerti tanpa perlu mempunyai pengetahuan yang khusus.⁶⁹

4) Penyuntingan Berita (*News Editing*)

Editing atau menyunting naskah merupakan proses memperbaiki tulisan jurnalis dalam hal konten dan redaksinya. Orang yang menyunting disebut editor atau

⁶⁷ Syarifudin, Yunus, *Jurnalistik Terapan*. (Bogor: Ghalia Indonesia, 2010), 41

⁶⁸ A. M. Dewabrata, *Kalimat Jurnalistik*, (Jakarta: Kompas, 2010), 17

⁶⁹ Daryl L/ Frazel, George Tuck, *Principles of Editing: A Comprehensive Guide for Students and Journalists*. (McGraw-Hill, 1996), 36

redaktur. Dalam hal redaksi, editor menyunting kata dan kalimat menjadi lebih mudah dimengerti. Sedangkan dalam hal konten, editor wajib memperhatikan fakta/data agar tetap akurat dan sesuai dengan kebenaran yang ada.⁷⁰

c. Syarat Produksi Berita

Ketika sedang memproduksi berita, Romli dalam bukunya *Jurnalistik Praktis* menuliskan beberapa hal penting yang harus diperhatikan, diantaranya⁷¹:

- Kode Etik Jurnalistik atau Kode Etik Wartawan Indonesia (KEWI).
- *Fairness Doctrine* (Doktrin kejujuran) yang mengajarkan wartawan untuk terbiasa lebih mementingkan mendapatkan berita yang benar daripada lebih cepat menyiarkannya ke public namun belum diverifikasi secara benar.
- *Cover Both Side* atau *News Balance* adalah memperlakukan adil ketika pada semua objek berita yang bersangkutan pada peristiwa tersebut.
- Cek dan Ricek merupakan usaha meneliti kembali sebuah data/fakta sebelum menuliskannya.

Media cetak hadir untuk pembacanya melalui proses yang panjang dan rumit. Namun berkat kerumitan itulah hasilnya dinilai lebih

⁷⁰ Asep Syamsul A. Romli, *Jurnalistik Praktis*, (Bandung: Remaja Rosdakarya, 2014), 67

⁷¹ Asep Syamsul A. Romli, *Jurnalistik Praktis*, 9

kredibel dan akuntabel. Kecermatan media cetak pun terjaga karena sebelum dibaca oleh khalayak, ia telah melalui “banyak tangan” yang sengaja atau tidak sengaja melakukan proses penyuntingan. Mulai dari wartawannya sendiri, editor hingga *proof reader* atau korektor. Penata letak pun tak jarang menemukan kesalahan ketik atau ejaan pada judul ataupun naskah. Oleh karena itu, karya jurnalistik media cetak dinilai lebih dipercaya dan bisa dipertanggungjawabkan.⁷²

d. Media Sosial dalam Produksi Berita

Di masa lalu, seorang jurnalis harus pergi keluar untuk mencari informasi yang akan ia jadikan berita. Hari ini, jurnalis telah mendapatkan banyak informasi melalui posting Facebook atau Twitter. Sehingga pada saat sebuah informasi diberikan kepada jurnalis, informasi tersebut dalam beberapa bentuk atau lainnya sudah menjadi pembicaraan di media sosial. Jurnalis sekarang harus mempertimbangkan hal itu dan menemukannya beberapa sudut pandang atau *angle* yang belum dibicarakan.⁷³

Maverick melakukan penelitian kepada 363 responden yang merupakan jurnalis yang tersebar diseluruh Indonesia. Penelitian itu mengungkapkan bahwa tingkat penggunaan

⁷² Asep Syamsul M. Romli, *Jurnlaistik Online: Panduan Mengelola Media Online*, (Bandung: Nuansa Cendekia, 2018), 41-42

⁷³ Jennifer Alejandro, *Journalism in the age of Social Media*. Reuters Institute Fellowship Paper, University of Oxford, 2010, 9

internet oleh jurnalis mencapai 63.5 persen yang mengakses internet selama lebih dari lima jam sehari.⁷⁴ Sedangkan pada penggunaan media sosial yang berhubungan dengan produksi beritanya, mereka menemukan bahwa media sosial banyak digunakan oleh jurnalis dalam tahap pemilahan berita, yaitu mencari data atau informasi, mencari tahu isu yang menjadi perhatian publik, mencari ide berita, dan memonitor perkembangan isu. Kemudian mereka juga memverifikasi data atau informasi yang mereka terima, menyebarluaskan tulisan mereka, berdiskusi, dan mengidentifikasi opini tokoh.⁷⁵

Masih dalam Maverick, dalam akhir penelitiannya yang mencoba menjawab pertanyaan apakah media sosial mempunyai pengaruh dalam proses kerja jurnalis? Jawabannya adalah sebagian besar responden mengatakan bahwa media sosial bukan menjadi satu-satunya sumber berita dan hanya mereka gunakan sebagai penunjang. Mereka juga meragukan kebenaran informasi yang mereka terima dan lebih percaya pada berita yang diproduksi oleh media tradisional. Tetapi, sebanyak 84 prosentase responden mengiyakan jika mereka pernah memanfaatkan isu-isu yang sedang dibahas di media sosial. Sebanyak 59.4

⁷⁴ Maverick & Universitas Paramadina, *Penggunaan Social Media Oleh Jurnalis*, Jakarta, Mei 2013, 8

⁷⁵ Maverick & Universitas Paramadina, *Penggunaan Social Media Oleh Jurnalis*, 13

prosentase responden juga mengatakan pernah melakukan wawancara pada narasumber yang mereka temui di media sosial lewat komentar yang mereka tuliskan.⁷⁶

3. Berita Keislaman

Berita Islam merupakan berita yang membahas tentang isu agama dan umat Islam atau berita “umum” yang dikemas dalam perspektif Islam.⁷⁷ Berita keislaman pun bisa diproduksi dengan menerapkan jurnalistik Islam yang menempatkan semua kegiatan jurnalistik yang disandarkan pada prinsip-prinsip Islam, seperti kejujuran, keadilan, tabayun, dan lain sebagainya. Menerapkan prinsip-prinsip tersebut dinilai penting agar kegiatan jurnalistik tidak keluar dari kerangka kebenaran yang diridloi oleh Allah SWT.⁷⁸

Berita keislaman ini pun bisa dibagi menjadi tujuh jenis sebagai berikut:

- a. Politik, Sistem Pemerintahan Islam dan Pertahanan. Di sini berita keislaman berisi tentang kegiatan partai politik Islam seperti PKB, PPP, PAN, PKS dan organisasi masyarakat Islam seperti NU dan Muhammadiyah. Bisa juga berupa kebijakan pemerintahan yang mengatur tentang keislaman, seperti keputusan menteri agama dan fatwa MUI.

⁷⁶ Maverick & Universitas Paramadina, *Penggunaan Social Media Oleh Jurnalis...* 15

⁷⁷ Asep Syamsul M. Romli, *Jurnalistik Dakwah Visi dan Misi Dakwah Bil-Qolam*. (Bandung: PT Remaja Rosdakarya, 2003) hal. 86

⁷⁸ Anton Ramdan, *Jurnalistik Islam*, (Shahara Digital Publishing, 2017)

- b. Ekonomi Syariah. Jenis berita ini meliputi aktivitas perekonomian umat Islam atau berita terkait perbankan syariah dan perniagaan yang sesuai dengan aturan-aturan keislaman.
- c. Ibadah. Dalam berita ini membahas tentang aktivitas keagamaan umat Islam yang menjalankan perintah-Nya dan menjauhi larangan-Nya. Diantaranya kegiatan sholat, puasa, zakat dan haji.
- d. Aqidah. Berita yang berisi kepercayaan atau keimanan seseorang terhadap rukun iman. Misalnya seorang *public figure* yang memutuskan untuk memeluk agama Islam.
- e. Sosial Islam, yang termasuk dalam jenis ini adalah berita yang mengekspos kegiatan atau aktivitas sosial umat Islam. Misalnya seperti kegiatan perayaan hari-hari besar keislaman, kegiatan pengajian, silaturahmi, sedekah, dan kegiatan lainnya yang mampu mempererat tali ukhuwah islamiyah.
- f. Pengetahuan dan pendidikan Islam. Berita keislaman ini dapat berisi tentang perkembangan dunia ilmu pengetahuan yang berkaitan dengan keislaman, temuan teknologi pengobatan yang bernaifaskan Islam dan aktivitas atau kegiatan instansi pendidikan Islam seperti sekolah berbasis Islam, pesantren, perguruan tinggi dan bentuk pendidikan keislaman lainnya.
- g. Tokoh inspiratif dan sejarah Islam. Jenis ini meliputi tokoh-tokoh Islam yang menginspirasi, seperti cerita Nabi dan Rasul, cerita tentang sahabatt, ulama-ulama, kiai dan lain sebagainya. Tempat-tempat bersejarah Islam sebagai contoh

masjid, makam, dan petilasan yang memiliki sejarah tentang penyebaran Islam di Indonesia.

4. Jurnalistik Islam

a. Pengertian Jurnalistik Islam

Jurnalistik Islam diartikan oleh beberapa tokoh sebagai berikut:

- 1) Emha Ainun Najib mendefinisikan jurnalistik Islam sebagai sebuah teknologi dan sosialisasi informasi (dalam kegiatan penerbitan tulisan) yang menjadikan nilai agama Islam sebagai pedoman untuk manusia agar mengerti arah dan tujuan hidupnya.⁷⁹
- 2) A. Muis menjelaskan pengertian Jurnalistik Islam adalah menyiarkan atau menyampaikan informasi pada para khalayak yang berisis tentang *amar ma'ruf nahi munkar* Allah SWT atau yang ada dalam Al-Qur'an dan Hadis Nabi.⁸⁰
- 3) Jurnalistik Islam menurut Dedy Jamaluddin Malik merupakan proses mencari, mengolah, dan mendistribusikan berbagai peristiwa yang membahas tentang umat Islam dan ajaran Islam kepada khalayak. Dedy juga mengatakan bahwa jurnalistik Islam merupakan *crusade journalism* yang artinya jurnalistik yang memperjuangkan nilai-nilai

⁷⁹ Emha Ainun Najib, "Pers Islam Antara Ideologi, Oplag, dan Kualitas Hidup". Majalah Sahid, Edisi 08 Desember 1991, 28

⁸⁰ A. Muis, *Media Massa Islam dan Era Informasi*, (Jakarta: Pustaka Panjimas, 1989), 5

tertentu, dalam hal ini tentu saja nilai-nilai Islam.⁸¹

- 4) Suf Kasman dalam bukunya *Jurnalistik Universal* mengartikan jurnalistik Islam sebagai suatu proses mencari, mengolah, dan mendistribusikan segala kejadian yang terjadi sesuai dengan apa yang telah diajarkan dalam agama Islam dengan mematuhi kaidah-kaidah jurnalistik yang bersumber dari Al-Qur'an dan Sunnah Rasullullah SAW.⁸²

b. Peran Jurnalis Muslim

Para jurnalis Muslim yang bekerja pada media pers Islam ataupun pers umum mendapatkan beberapa tugas tambahan selain tugas jurnalis pada umumnya. Tugas itu sesuai dengan visi dan misi, serta kewajiban agama Islam, dan profesi yang melekat pada dirinya berhadapan dengan kondisi faktual keterbelakangan umat Islam dalam penguasaan informasi dan ilmu pengetahuan serta teknologi. Samantho dalam buku *jurnalistik Islam* merangkum beberapa peran dan tugas para jurnalis Islam yang penting untuk diketahui⁸³ diantaranya:

- 1) Memberikan pendidikan bagi umat Islam (*ta'dib al-ummah*).

⁸¹ Dedy Djamaluddin Malik, *Peranan Pers Islam di Era Informasi*, (Jakarta: Pustaka Panjimas, 1984), 268

⁸² Suf Kasman, *Jurnalistik Universal: Menelusuri Prinsip-Prinsip Da'wah Bi Al-Qalam dalam Al-Qur'an*, (Jakarta: Terajut, 2004), 51

⁸³ Ahmad Y. Samanatho, *Jurnalistik Islami: Panduan Praktis bagi Para Aktivistis Muslim*, (Jakarta: Harakah, 2002), 66-75

- 2) Meliput informasi dan berita dan mendistribusikannya (*ta'lim*) yang akurat dan berdampak positif.
 - 3) Menyeleksi, memilah, dan melakukan *check and recheck (tabayyun)* dan melihat dengan seksama beberapa informasi yang ada agar masyarakat Islam dari informasi yang tidak benar dan menimbulkan fitnah.
 - 4) Menasehati umat Islam dengan baik agar hidup di jalan yang diridai oleh Allah SWT.
 - 5) Menyampaikan dan membela kebenaran (*tawashaw bil-haq*).
 - 6) Menegakkan keadilan sosial bagi seluruh umat Islam Indonesia dan dunia.
 - 7) Mengungkapkan fakta dengan adil.
 - 8) Mengajak pada kegiatan yang baik (*amar ma'ruf*) dan berusaha menghindarkan dari perbuatan yang buruk (*nahi munkar*).
 - 9) Membolehkan melakukan hal-hal yang baik dan mencegah perilaku yang tidak baik.
 - 10) Memberi peringatan pada orang yang berbuat jahat (*nadziran*) dan memebrikan kabar gembira pada orang-orang yang berbuat baik (*basyiran*).
 - 11) Membela kepentingan umat yang lemah (*imdad al-mustadh'afin*).
 - 12) Memelihara persatuan dan kesatuan umat Islam.
- c. Cara Jurnalis Muslim Menghadapi Media Sosial
- Faris Khoirul Anam dalam bukunya Fikih Media sosial mengungkapkan cara cerdas ntuk menyikapi konten media sosial. Ketika

mendapatkan berita, maka jurnalis wajib untuk mencari tahu apakah berita itu benar? Berita apapun dapat mengandung kebenaran dan kesalahan. Jika berita itu terbukti benar maka selanjutnya Jurnalis harus memastikan apakah berita itu bermanfaat atau tidak. Hal ini berdasarkan konsepsi bahwa seorang Muslim dalam memproduksi dan menyebarkan berita didasari oleh niat ibadah, berdakwah, dan ber-*amar ma'ruf nahi munkar*.⁸⁴

Selain memastikan berita itu benar ketika menyampaikannya, kejujuran jurnalis juga faktor yang penting. Jika jurnalis mengambil konten media sosial sebagai sumber berita, maka harus mencantulkannya dalam tulisannya. Allah dan Rasulnya telah memerintahkan untuk berbuat jujur dan melarang semua orang mukallaf untuk perbuatan bohong, maka lebih-lebih kaum jurnalis. Pасalnya, kebohongan dari orang biasa, meski mengandung pula bahaya dan dampak negatif, namun kebohongan yang berasal dari seorang jurnalis tentu bahayanya lebih besar dan luas.⁸⁵

B. Penelitian Terdahulu

Ketika menulis penelitian ini, penulis berangkat dari beberapa penelitian terdahulu yang memberikan

⁸⁴ Faris Khoiril Anam, *Fikih Media Sosial Cerdas Berbagi Informasi*, (2019), 44

⁸⁵ Faris Khoiril Anam, *Fikih Jurnalistik, Cerdas Berbagi Informasi*, 2019, 59-60

sedikit gambaran tentang arah penelitian. Di antara beberapa penelitian tersebut adalah:

Pertama, Skripsi karya mahasiswa program studi Ilmu Komunikasi Universitas Brawijaya, Galuh Pandu Larasati tahun 2018 yang berjudul “Fungsi Media Sosial (Studi Deskriptif Kualitatif Penggunaan Media Sosial dalam Aktivitas Jurnalistik oleh Jurnalis Media Online Malang, Malang Voice, Surya Malang, Times Indonesia, dan Info Kampus).” Dalam skripsi ini penulis membahas tentang bagaimana penggunaan media sosial dalam aktivitas meliput, mencari, mengolah dan mendistribusikan berita oleh jurnalis media online di Malang Raya. Hasil penelitian ini adalah menemukan bahwa media sosial melengkapi kegiatan jurnalistik yang berperan sebagai sumber berita, referensi ide, isu berita, dan media untuk mendistribusikan berita.

Persamaan dengan skripsi penulis adalah sama-sama meneliti penggunaan media sosial pada aktivitas jurnalistik. Perbedaannya terletak pada pemilihan media massa, skripsi ini meneliti beberapa media online yang berdomisilli di Malang Raya, sedangkan penulis fokus pada satu media cetak yang berada di Surabaya.

Kedua, Skripsi berjudul “Efektivitas Pemanfaatan Media Sosial Whatsapp Sebagai Media Komunikasi pada Unit Kegiatan Mahasiswa (UKM) Sanggar Latah Tuah UIN SUSKA Riau” milik Nidia Putri Dwi Irada, Mahasiswi Ilmu Komunikasi Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau tahun 2018. Skripsi ini dilatarbelakangi bahwa suatu organisasi membutuhkan media untuk memudahkan proses komunikasi, baik secara interal maupun eksternal. Penelitian ini menggunakan teori *uses and gratification*. Analisis data yang digunakan adalah kuantitatif yang

mengambil sampel secara random dari 100 orang anggota UKM Latah Tuah. Hasilnya penelitian menunjukkan bahwa media sosial *whatsapp* berpengaruh secara positif dan dan memanfaatkannya sebagai media komunikasi.

Persamaannya dengan penelitian ini adalah sama-sama membahas tentang penggunaan media sosial. Perbedaanya, penelitian ini memanfaatkan media sosial untuk komunikasi anggota UKM, sedangkan pada penelitian penulis membahas penggunaan media sosial pada produksi berita.

Ketiga, skripsi Rahayu Suci Miranda, mahasiswi Universitas Islam Negeri Ar-Raniry Darussalam Aceh berjudul “Pemanfaatan *Smartphone* dalam Meningkatkan Kinerja Jurnalis Kampus (Studi Unit Kegiatan Pers Mahasiswa)” yang ditulis pada tahun 2018. Sampel penelitian ini adalah jurnalis *sumberpost* dan pengumpulan data dengan wawancara dan observasi. Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif dan metode deskriptif. Hasil penelitian ini menjelaskan bahwa para jurnalis *sumberpost* yang memanfaatkan *smartphone* untuk meningkatkan kerja wartawan. Mereka menggunakan aplikasi *whatsapp* dan membuat grup untuk berkomunikasi. Menurut para anggota *smartphone* memudahkan jurnalis dalam proses meliput, mengedit dan menulis berita. *Smartphone* juga dinilai lebih efisien karena sudah mencakup perangkat untuk memotret, merekam dan menulis.

Persamaan antara penelitian ini dan skripsi penulis adalah sama-sama membahas tentang proses produksi berita oleh wartawan. Sedangkan perbedaan dengan skripsi ini ada pada efektifitas *smartphone* secara umum

dan pada penelitian penulis sendiri langsung pada penggunaan media sosial.

Keempat, skripsi karya mahasiswi Universitas Islam Negeri Gunung Djati Bandung, Ossy Ridianty dengan judul “Perspektif Wartawan terhadap Media Sosial (Studi Kualitatif pada Wartawan di Radio PRFM 107.5 *News Channel* Bandung)”. Dalam penelitian ini ingin mengetahui pemanfaatan media sosial sebagai media komunikasi sekaligus menjadi sumber dari berita mereka. Teori determinisme teknologi digunakan untuk mendukung penelitian tersebut. Metode penelitian yang digunakan adalah studi deskriptif dengan jenis data yang digunakan adalah data kualitatif. Data yang dikumpulkan berasal dari wawancara dengan tujuh informan dan studi literatur. Hasil dari penelitian ini adalah media sosial digunakan untuk media komunikasi, media sosial dimanfaatkan untuk berkomunikasi, ajang promosi dan membangun kepercayaan. Sedangkan untuk pemanfaatan media sosial sebagai sumber berita dimanfaatkan untuk peringatan awal dan sebagai bahan konfirmasi.

Persamaan dengan skripsi penulis adalah sama-sama ingin mengetahui keterkaitan antara wartawan dan media sosial. Sedangkan perbedaannya ada pada pemilihan mediana, skripsi ini meneliti media massa radio sedangkan skripsi penulis memilih media cetak surat kabar untuk diteliti.

Kelima, Skripsi berjudul “Penggunaan Media Sosial oleh Wartawan Jawa Pos Radar Semarang dalam Pembuatan Berita” karya Ova Adelia, mahasiswi jurusan Ilmu Komunikasi Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Diponegoro tahun 2019. Skripsi ini mengambil fokus penelitian pada alasan menggunakan

media sosial, media sosial apa saja yang digunakan, dan kontribusi yang dirasakan oleh wartawan Jawa Pos Radar Semarang ketika menggunakan media sosial tersebut dalam pembuatan berita. Penelitian menggunakan pendekatan studi kasus dan subjek penelitiannya terdiri dari enam orang wartawan Jawa Pos Radar Semarang. Hasil penelitian ini menyimpulkan bahwa wartawan Jawa Pos Radar Semarang terbukti menggunakan media sosial dalam proses *news planning*, *news editing*, dan *news publishing*.

Persamaan skripsi ini dengan milik penulis adalah sama-sama ingin mengetahui bagaimana penggunaan media sosial di kalangan wartawan media cetak. Sedangkan perbedaannya terletak pada media cetak yang dipilih dan pada skripsi peneliti ini, tidak hanya bertanya pada wartawan, namun ada tambahan narasumber yakni pemimpin redaksi dan redaktur.

BAB III

METODE PENELITIAN

Metode adalah cara atau langkah-langkah yang berfungsi untuk sampai pada tujuan yang diinginkan. Sementara itu arti dari penelitian atau “*research*” mempunyai asal kata dari Bahasa Inggris *re* yang berarti “kembali”, dan *to search* yang artinya “mencari”. Sehingga *Research* memiliki makna “mencari kembali”.⁸⁶

Sementara itu, metode penelitian pada umumnya dimaknai dengan suatu aktivitas ilmiah yang dilaksanakan secara perlahan dan diawali penetapan tema, mengumpulkan data dan mengurai data, kemudian akan memperoleh pemahaman tentang tema, petunjuk dalam isu tertentu. Kegiatan ini dilakukan bertahap sebab sudah melalui proses tertentu, sehingga memiliki tahapan yang harus dilakukan sebelum sampai pada tahapan selanjutnya.⁸⁷

Metode penelitian diartikan dengan aktivitas ilmiah yang sudah direncanakan secara rinci, sesuai struktur dan sistem yang ada dan mempunyai tujuan tertentu secara praktis dan teoritis. Disebut menjadi aktivitas ilmiah dikarenakan penelitian ini menggunakan bidang ilmu pengetahuan dan teori. Dikatakan sistematis sebab penelitian ini dilakukan dengan memperhatikan waktu, dana dan aksesibilitas tempat dan data.⁸⁸ Berikut ini penjelasan metode penelitian yang peneliti gunakan dalam penelitian ini:

⁸⁶ Wardi Bachtiar, *Metodologi Penelitian Ilmu Dakwah*, (Jakarta: Logos, 1997), 1

⁸⁷ J. R. Raco, *Metode Penelitian Kualitatif Jenis, Karakteristik, dan Keunggulannya*, (Jakarta: Grasindo, 2010), 2-3

⁸⁸ J. R. Raco, *Metode Penelitian Kualitatif Jenis, Karakteristik, dan Keunggulannya*, 5

A. Jenis Penelitian dan Pendekatan

Dalam melakukan penelitian ini, peneliti memilih menggunakan jenis penelitian kualitatif. Menurut Bogdan dan Taylor yang dikutip oleh Lexy, penelitian kualitatif merupakan langkah penelitian yang menghasilkan data deskriptif berupa kata-kata tertulis/lisan dari orang-orang dan perilaku yang diamati.⁸⁹ Sedangkan menurut Sugiono, metode penelitian kualitatif merupakan “Metode penelitian yang dilakukan berlandaskan pada filsafat pospositivisme, digunakan untuk meneliti pada kondisi obyek yang alamiah, (sebagai lawannya adalah eksperimen) dimana peneliti adalah sebagai eksperimen kunci, teknik pengumpulan data dilakukan secara triangulasi (gabungan), analisis data bersifat induktif/kualitatif, dan hasil penelitian kualitatif lebih menekankan makna dari pada generalisasi”.⁹⁰

Alasan peneliti memilih metode penelitian kualitatif karena sesuai dengan subjek penelitian yang membahas bagaimana media sosial digunakan dalam proses produksi berita keislaman di Harian Umum Duta Masyarakat.

Jenis penelitian studi kasus menjadi pilihan peneliti untuk penelitian ini. Sebab pada umumnya, studi kasus membuat peneliti memiliki akses atau peluang secara komprehensif untuk mempelajari lebih mendalam,

⁸⁹ Lexy J. Moleong, *Metodologi Penelitian Kualitatif*, (Bandung: Remaja Rosdakarya, 1999), 3

⁹⁰ Sugiyono, *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R dan D*, (Bandung: Alfabeta, 2009), 9

rinci, intens, dan lengkap mengenai bagian sosial yang diteliti.⁹¹

B. Teknik Sampling dan Subjek Penelitian

Penelitian kualitatif secara umum sampel yang lebih kecil diambil kemudian lebih diarahkan terhadap penelitian proses dibandingkan produk yang umumnya pada satu kasus menjadi terbatas.⁹² Saat penelitian kualitatif yang diteliti ialah subjek, informan, atau responden. Informan atau responden kualitatif mewakili populasi tidak memiliki fungsi, namun dapat mewakili informasi.⁹³ Maka penentuan subjek penelitian bukan hanya banyaknya orang yang dibutuhkan untuk membagikan informasi, melainkan pada mereka yang lebih banyak tahu dan terlibat dalam peristiwa atau mempunyai informasi penting yang dibutuhkan untuk penelitian ini sehingga pada penelitian kualitatif lebih condong menggunakan *purposive sampling*.

Purposive sampling merupakan cara untuk mengambil sampel sumber data melalui pemikiran tertentu.⁹⁴ Maksud dari pemikiran tertentu tersebut ialah informan yang dianggap paling mengerti akan permasalahan yang akan diteliti, atau bisa jadi informan

91 Burhan Bungin, *Analisis Data Penelitian Kualitatif: Pemahaman Filosofis dan Metodologis ke Arah Penguasaan Model Aplikasi*, (Jakarta: Raja Grafindo Persada, 2003), 20

92 Noeng Muhajir, *Metode Penelitian Kualitatif*, (Yogyakarta: Rake Sarasia, 1996), 31

93 Rulam Ahmadi, *Metodologi Penelitian Kualitatif*, (Yogyakarta: Ar-Ruzz Media, 2014), 83

94 Sugiyono, *Metode Penelitian Kombinasi (Mixed Methods)*, (Bandung: Alfabeta, 2017), 301

adalah penguasa yang mempermudah peneliti untuk mengkaji suatu objek atau kondisi sosial yang diteliti.

Subjek penelitian ini adalah jurnalis Harian Umum Duta Masyarakat. Untuk menjawab rumusan masalah tentang penggunaan media sosial dalam produksi berita keislaman yang di dalamnya termasuk tahap perencanaan, peliputan, penulisan dan penyuntingan berita. Maka penulis akan mewawancarai enam informan yang terlibat langsung dalam produksi berita. Peneliti akan mewawancarai masing-masing narasumber yang terdiri dari Pemimpin Redaksi (Pemred), Redaktur dan empat orang jurnalis.

Pemilihan Pemred sebagai informan penelitian ini beralasan bahwa dalam sebuah surat kabar, peran Pemred sangatlah penting. Pemred bertanggung jawab sepenuhnya pada proses redaksi, mulai dari memimpin rapat redaksi seperti menentukan topik apa yang akan dimuat dalam setiap edisi surat kabar hingga berita siap untuk diterbitkan.

Sedangkan redaktur dipilih karena ia bertanggung jawab pada proses pembagian berita dan mengkoordinasikan para jurnalis. Selain itu redaktur juga melakukan proses editing berita seperti menyeleksi, mengolah dan menyunting tulisan yang masuk. Jurnalis sebagai informan terakhir dipilih sebab wartawan mempunyai bertugas mencari berita tentang apa yang terjadi di lapangan, mewawancarai seseorang, dan menuliskannya menjadi tulisan untuk dimuat di halaman surat kabar. Berikut nama-nama informan yang peneliti wawancarai:

Tabel 1 Daftar Narasumber

No.	Nama Informan	Jabatan
1.	Mokhammad Kaiyis	Pemimpin Redaksi
2.	Mahrus Ali	Redaktur Daerah
3.	Abdul Aziz	Jurnalis Politik Surabaya
4.	Faizal Falakki	Jurnalis Politik Surabaya
5.	M. Shopii	Jurnalis Daerah Gresik
6.	Henoch Kurniawan	Jurnalis Hukum Surabaya

C. Jenis dan Sumber Data

Berdasarkan latar belakang dan rumusan masalah, untuk menjawab itu semua penulis membutuhkan dua sumber data yang perlukan, yakni:

1. Data Primer

Data primer merupakan data utama yang dibutuhkan dalam penelitian ini. Data ini didapat dari surat kabar Harian Duta Masyarakat dengan wawancara langsung dengan enam narasumber baik dari pemimpin redaksi, redaktur dan empat wartawannya.

2. Data Sekunder

Data sekunder merupakan data tambahan yang bisa melengkapi data primer yang telah ada.

Data ini digunakan untuk menyempurnakan dan mendukung data-data primer yang telah diperoleh diawal. Data ini dapat berupa jurnal, buku, baik *online* maupun fisik, serta keterangan-keterangan terkait subjek penelitian sebelumnya.

D. Tahap-Tahap Penelitian

Lexy J. Moleong dalam buku *Metodologi Penelitian Kualitatif*,⁹⁵ menjelaskan beberapa tahap-tahap yang harus dilakukan ketika penelitian, yaitu:

1. Tahap Pra-Lapangan

a. Menyusun Rancangan Penelitian.

Pada tahap ini peneliti menentukan tema, mencari serta mengonsep fenomena dan subjek penelitian. Selanjutnya peneliti segera memilih judul yang tepat dan sesuai. Dalam hal ini judulnya penelitian ini adalah “Media Sosial dan Produksi Berita (Studi Penggunaan Media Sosial dalam Produksi Berita Keislaman Harian Duta Masyarakat)” Proses awal ini tentu sangat penting untuk membatasi sekaligus memperjelas arah penelitian agar selalu berjalan sesuai dengan apa yang diharapkan.

b. Memilih Lokasi Penelitian.

Saat menentukan lokasi penelitian kualitatif, peneliti harus memperhatikan seberapa banyak waktu, biaya, serta tenaga yang harus digunakan. Maka penulis mempunyai gambaran untuk melakukan diskusi terlebih dahulu dengan para informan, agar didapati kesepakatan yang

⁹⁵ Lexy J. Moleong, *Metodologi Penelitian Kualitatif* (Bandung: Remaja Rosdakarya, 2008), 127-152

- saling menguntungkan dan tidak menimbulkan penyesalan.
- c. Mengurus Perizinan penelitian.
Tentu saja peneliti tidak boleh mengabaikan izin dari lembaga peneliti sendiri atau yang berwenang memberikan izin. Hal ini bertujuan supaya proses pengumpulan data lancar dan tidak menghambat kegiatan penelitian.
 - d. Menjajaki dan Menilai Lokasi Penelitian.
Dalam tahap ini peneliti harus banyak membaca dan mempelajari terkait kondisi, situasi yang ada di lokasi penelitian.
 - e. Memilih dan Memanfaatkan Informan.
Dipembahasan sebelumnya telah penulis jelaskan bahwa akan memakai dua tahapan yakni *purposive sampling*.
 - f. Menyiapkan Perlengkapan Penelitian.
Sebelum melakukan penelitian peneliti diharuskan melakukan persiapan apa saja peralatan yang perlu dibawa. Misalnya; buku, *block note*, *ball point*, krtas, map, klip, kartu dan peralatan tulis-menullis lainnya. Untuk mendukung wawancara diperlukan juga alat perekam seperti *tape-recorder*, *handycamp*, atau menggunakan *smartphone*.
 - g. Persoalan Etika Penelitian
Seluruh metode itu mempunyai dasar yang selalu berkaitan antara orang yang meneliti dengan orang yang diteliti.⁹⁶ Maka orang yang

⁹⁶ M. Djunaidi Ghony, Fauzan Almansur, *Metodologi Penelitian Kualitatif edisi revisi*, (Jogjakarta: Ar-Ruzz Media, 2017), 148

meneliti memiliki hubungan yang baik secara pribadi ataupun berkelompok dalam subjek tersebut. Pada masyarakat tertentu pasti mempunyai peraturan, norma, adat nilai sosial, kebiasaan dan semacamnya yang harus peneliti ketahui dan lakukan.

2. Tahap Pekerjaan Lapangan.

a. Mengetahui Seluk-Beluk Penelitian dan Mempersiapkan Diri

Untuk melakukan ini orang yang meneliti perlu mempersiapkan diri baik secara jasmani maupun rohani untuk menjaga etika yang telah dibahas sebelumnya dan memahami latar penelitian.

b. Penampilan peneliti

Seperti melakukan banyak kegiatan lainnya, penampilan menjadi hal yang penting. Apalagi hendak bertemu dengan informan. Peneliti setidaknya berpenampilan yang sopan dan pantas serta tidak berlebihan.

c. Memasuki Lokasi Penelitian

Hubungan antara peneliti dan informan harus dalam keadaan baik. Sehingga tercipta suasana yang mendukung untuk peneliti menggali data. Tak hanya ketika penggalian data, namun hingga penelitian ini usai, peneliti dan informan diharapkan masih berhubungan baik.

3. Tahap Perekapan Laporan

Pada tahap ini, apa yang telah peneliti dapatkan mulai dihimpun dan direkap dalam sebuah laporan.

E. Teknik Pengumpulan Data

Pada teknik pengumpulan data, ada tiga macam cara yang bisa dilakukan, yakni observasi, wawancara, dan dokumentasi.⁹⁷

1. Observasi

Kerlinger berkata bahwa observasi merupakan suatu istilah umum yang memiliki pengertian bahwa dalam bentuk penerimaan data yang dilaksanakan menggunakan cara merekam peristiwa, menghitung, dan membuat catatan.⁹⁸ Observasi juga bisa dikaitkan dengan kegiatan yang bisa dilakukan oleh sebagian besar panca indera manusia dengan mata sebagai panca indera utama.

Nasution dalam Sugiyono mengatakan observasi ialah inti dari seluruh ilmu pengetahuan. Para ilmuwan hanya bisa melakukan pekerjaannya dengan melihat data yang ada, yakni fakta tentang apa yang ia teliti dengan observasi.⁹⁹

Observasi dilakukan peneliti dalam kurun waktu mulai dari Agustus 2020 hingga Desember 2020. Peneliti mulai dengan membaca fenomena yang sedang terjadi, kemudian peneliti menyeleksi dan menetapkan fokus penelitian. Peneliti lalu memilih media massa yang akan menjadi subjek penelitian dengan berbagai pertimbangan. Setelah itu peneliti melakukan pencarian data mulai dari

⁹⁷ Sudarman Danim, *Menjadi Peneliti Kualitatif*, (Bandung: Pustaka Setia, 2002), 151

⁹⁸ Suharsimi Arikunto, *Prosedur Penelitian*, (Jakarta: Rineka Cipta, 2006), 222

⁹⁹ Sugiyono, *Metode Penelitian Kombinasi (Mixed Methods)*, (Bandung: Alfabeta, 2017), 309

observasi yang peneliti lakukan langsung di kantor Harian Umum Duta Masyarakat.

Dari Observasi, peneliti mulai memahami mengenai perilaku serta arti dari perilaku tersebut. Maka peneliti melakukan observasi partisipasi pasif, yang artinya peneliti datang ke lokasi kejadian orang yang akan menjadi subjek penelitian, namun tidak ikut dalam apa yang dilakukannya.¹⁰⁰

2. Wawancara

Deddy Mulyana berkata dalam bukunya, wawancara ialah pola komunikasi antara satu orang dengan orang lainnya, melibatkan seseorang yang ingin mengetahui informasi dari orang lainnya dengan memberikan beberapa pertanyaan dengan tujuan tertentu.¹⁰¹ Cara paling ampuh untuk mengungkap sesuatu adalah dengan melakukan wawancara atau proses bertanya secara langsung kepada informan. Jika dalam bidang jurnalistik, wawancara merupakan salah satu teknik untuk melihat kebenaran dengan menggunakan indera (menyimpan dan merekonstruksi) sebuah kejadian, mengutip pendapat dan opini orang lain.¹⁰²

Wawancara dilakukan dengan cara tak terstruktur. Dalam hal ini wawancara dilakukan dengan bebas dimana peneliti tidak menggunakan petunjuk wawancara yang telah tersusun secara rapi dan lengkap dalam mengumpulkan informasinya.

¹⁰⁰ Sugiyono, *Metode Penelitian Kombinasi (Mixed Methods)*, 311

¹⁰¹ Deddy Mulyana, *Metodologi Penelitian Kualitatif*, (Bandung: Remaja Rosdakarya, 2008), 180

¹⁰² Hikmat Kusumaningrat, Purnama Kusumaningrat, *Jurnalistik Teori dan Praktik*, (Bandung: Remaja Rosdakarya, 2012), 189

Petunjuk yang digunakan hanya sebagian besar dari persoalan yang akan diberikan.¹⁰³

3. Dokumentasi

Dokumentasi adalah rekapan peristiwa yang telah terjadi dimasa lalu. Dokumen dapat berbentuk sebuah tulisan, gambar, atau karya-karya dan produk dari seseorang.¹⁰⁴ Metode pencarian data ini dinilai berguna karena tidak mengganggu objek atau latar penelitian. Dengan mempelajari dokumen-dokumen tersebut, peneliti bisa mengetahui budaya, dan nilai-nilai yang menjadi pedoman objek penelitian.¹⁰⁵

Dokumen yang dapat digunakan untuk menggali data bisa berupa dokumen pribadi informan, dokumen media dalam hal ini adalah Koran Duta Masyarakat, keterangan terkait organisasi seperti struktur, sejarah, dan artikel terkait lainnya.

F. Teknik Validitas Data

Pada penelitian kualitatif, temuan atau data dapat dikatakan valid ketika tidak ada selisih antara apa yang dituliskan oleh orang yang meneliti dengan apa yang benar-benar mereka alami ketika meneliti. Namun wajib untuk diketahui bahwa kebenaran realis data menurut kualitatif tidak bersifat tunggal, melainkan jamak dan disesuaikan pada konstruksi manusia serta latar belakang masing-masing individu. Jika ada sepuluh peneliti yang

¹⁰³ Sugiyono, *Metode Penelitian Kombinasi (Mixed Methods)*, (Bandung: Alfabeta, 2017), 318

¹⁰⁴ Sugiyono, *Metode Penelitian Kombinasi (Mixed Methods)*, 326

¹⁰⁵ Luluk Fikri Zuhriyah, *Metode Penelitian Kualitatif*, (Surabaya: Revka Petra Media, 2012), 69

memiliki *background* yang beda, maka kesepuluhnya dinyatakan valid. Misalnya dalam meneliti objek yang sama, peneliti yang memiliki latar belakang pendidikan akan memberikan hasil yang berbeda dengan peneliti berlatar belakang Ekonomi, Hukum, Manajemen, Antropologi, dan lainnya.¹⁰⁶

Dalam membuktikan keabsahan data, penelitian kualitatif memiliki empat cara meliputi uji kredibilitas (validitas internal), *transferability* (validitas eksternal), *dependability* (realibilitas), dan *confirmability* (obyektif).¹⁰⁷

1. Uji Kredibilitas

Dalam uji kredibilitas atau kepercayaan terhadap data hasil penelitian kualitatif dilakukan beberapa hal, diantaranya:

- a. Memperpanjang waktu mengamati. Dengan menambah waktu pengamatan, peneliti bisa menambah kepercayaan, sebab peneliti kembali melakukan penelitian ke lapangan, kembali mengamati, wawancara kembali menggunakan sumber data baik yang telah ditemui maupun yang akan dijumpai. Jangka waktu untuk memperpanjang data ini bergantung pada kedalaman, keluasan dan kepastian data.
- b. Peningkatan Ketekunan. Meningkatkan ketekunan artinya melakukan observasi dengan lebih teliti dan berkelanjutan. Meningkatkan ketekunan penting dilakukan

¹⁰⁶ Sugiyono, *Metode Penelitian Kombinasi (Mixed Methods)*, (Bandung: Alfabeta, 2017), 363

¹⁰⁷ Sugiyono, *Metode Penelitian Kombinasi (Mixed Methods)*, 364-374

untuk mencegah data tersebut tidak kredibel, karena kita diharuskan mengecek kembali data yang telah kita teliti itu benar atau salah. Dengan meningkatkan ketekunan, peneliti lebih dapat mendiskripsikan data dengan akurat dan sistematis.

- c. Triangulasi. Triangulasi dalam pengujian kredibilitas diartikan sebagai pengecekan data melalui berbagai sumber seperti, waktu, teknik dan berbagai sumber.
- d. Analisis Kasus Negatif. Melakukan analisis kasus negative dapat meningkatkan uji kredibilitas karena peneliti mencari data yang berbeda atau berkebalikan dengan data yang telah ditemukan. Apabila tidak ditemukan lagi data yang berbeda, maka data yang ditemukan sudah dipastikan dipercaya.

2. Pengujian *Transferability*

Transferability adalah validitas eksternal di penelitian ini. Ini menunjukkan derajat ketepatan atau dapat diterapkan hasil penelitian ke populasi di mana sampel tersebut diambil.

3. Pengujian *Depenability*

Uji *depenability* dilakukan dengan melakukan audit terhadap keseluruhan proses penelitian sebab seringkali peneliti mempunyai data namun tidak melakukan penelitian. Maka penelitian semacam ini bisa dikatakan tidak *reliable* atau *dependable*.

4. Pengujian *Confirmability*

Pengujian yang terakhir ini dapat disebut sebagai uji objektivitas penelitian. Penelitian dikatakan objektif apabila hasil penelitian telah

disepakati oleh banyak orang. Pengujian ini mengaitkan antara hasil penelitian dengan proses penelitiannya.

G. Teknik Analisis Data

Analisis data menurut Bogdan merupakan proses menemukan dan mengatur secara rapi data-data yang didapatkan melalui wawancara, rekaman lapangan, serta data dokumentasi lainnya, sehingga bisa mempermudah untuk dipahami dan hasil temuan bisa diberitahukan ke orang lain. Analisis data ini diawali mengumpulkan data, kemudian mengelompokkannya ke dalam tiap bagian, melakukan sintetsa, menyusun ke dalam struktur, menentukan hal yang penting untuk dipelajari, kemudian membuat kesimpulan agar bisa dimengerti oleh orang lain.¹⁰⁸

Pada penelitian kualitatif menggunakan analisis induktif, yang mempunyai arti kategori, tema, dan pola berasal dari data. Hal-hal yang muncul dari rekaman lapangan, dokumentasi dan wawancara tidak ditentukan sebelum pengumpulan data.¹⁰⁹

Dalam analisis data, peneliti menggunakan model Miles dan Huberman yang mengatakan bahwa saat kegiatan analisis data kualitatif dilakukan secara saling aktif dan berlangsung secara berkala hingga selesai, hingga datanya sudah jenuh. Terdapat tiga komponen di

¹⁰⁸ Sugiyono, *Metode Penelitian Kombinasi (Mixed Methods)*, 332

¹⁰⁹ Norman K. Denzin, Yvonna S. Lincoln, *Strategies of Qualitative Inquiry*, (New Delhi: Sage Publication, 1998), 47

analisis data diantaranya adalah dari reduksi data, sajian data, dan penarikan kesimpulan atau verifikasi.¹¹⁰

1. Reduksi Data

Reduksi data ialah meringkas dan menentukan data-data pokok yang utama. Proses ini berguna untuk menyaring dan memilah data yang peneliti terima dari observasi, wawancara masing-masing informan penelitian ini yaitu Pemimpin redaksi, redaktur, dan tiga wartawan Harian Duta Masyarakat, dan dokumentasi.

2. Penyajian Data

Setelah data selesai direduksi, tahap lainnya ialah menyajikan data tersebut. Pada penelitian kualitatif, penyajian data dilakukan dengan membuat penjelasan singkat, kerangka, hubungan antar kategori, *flowchart* dan sebagainya. Miles dan Huberman dalam hal ini mengatakan yang paling sering dilakukan dalam menyajikan data kualitatif adalah dengan menuliskan teks naratif.¹¹¹

3. Penulisan Kesimpulan dan Verifikasi

Tahap terakhir pada analisis data berdasarkan Miles dan Huberman ialah menarik kesimpulan kemudian melakukan verifikasi. Kesimpulan awal biasanya masih dapat berubah-ubah jika tidak ditemukannya tanda-tanda yang mendukung. Namun jika kesimpulan yang ditemukan diawal telah didukung dengan berbagai tanda-tanda yang benar dan tidak berubah saat peneliti kembali ke lapangan

¹¹⁰ Subandi, *Deskriptif Kualitatif Sebagai Satu Metode dalam Pertunjukan*, Jurnal "Harmonia" Vol. 11 No. 2 Th. 2011, 178

¹¹¹ Sugiyono, *Metode Penelitian Kombinasi (Mixed Methods)*, (Bandung: Alfabeta, 2017), 339

untuk menyatukan data, maka kesimpulan tersebut sudah kredibel.¹¹²

¹¹² Sugiyono, *Metode Penelitian Kombinasi (Mixed Methods)*, 343

BAB IV

PENYAJIAN DAN ANALISIS DATA

A. Penyajian Data

1. Sejarah Harian Umum Duta Masyarakat

a. Awal Berdirinya (1954) – Masa Vakum (1971)

Ditahun 1955 rakyat Indonesia tengah melaksanakan pemilihan umum yang dilaksanakan tepat pada bulan September dan Desember.¹¹³ Berbagai partai yang cukup memiliki basis massa yang besar diantaranya adalah PNI (Partai Nasional Indonesia) dengan semangat nasionalisme mempunyai surat kabar bernama Suluh Indonesia, PKI (Partai Komunis Indonesia) dengan faham komunismenya memiliki surat kabar bernama Harian Rakyat. Tak lupa partai Masjumi dengan semangat keislaman mempunyai surat kabar Harian Abadi. Keberadaan partai-partai ini berpengaruh pada naiknya jumlah oplah surat kabar harian. Pada tahun 1954 jumlahnya 697.500 dan pada tahun 1955 jumlahnya naik jadi 934.000.¹¹⁴

Nahdlatul Ulama (NU) berdiri sebagai partai baru meskipun telah memiliki jumlah massa yang banyak. Untuk memperkenalkan diri, visi-misi serta gagasannya, partai NU akhirnya membuat sebuah media cetak sebagai

¹¹³ Herbert Feith, *Pemilihan Umum 1955 di Indonesia*, terj Nugroho Katjasungkana et al, (Jakarta: KPG, 1999), 1-8.

¹¹⁴ T & M. Sjureich Sjahril, *Garis Besar Perkembangan Pers Indonesia* (Jakarta: SPS (Serikat Penerbit Surat kabar) Pusat, 1971), 260.

alat untuk memperkenalkan diri sekaligus menjadi sarana aspirasi partai. Pembuatan surat kabar tersebut merupakan gagasan dari KH. A. Wahid Hasyim. Surat kabar milik NU ini diberi nama Duta Masyarakat. Penerbitan Duta Masyarakat bertujuan untuk meyakinkan masyarakat dan untuk menandingi kekuatan pers PKI yang pada saat itu cukup tangguh yakni Harian Rakyat.¹¹⁵ Ruh dari penerbitan Duta Masyarakat saat itu salah satunya adalah untuk mempertahankan Islam ahlussunnah waljama'ah yang ketika itu memang berbenturan keras dengan ideologi PKI, PNI, dan Masjumi.¹¹⁶

Surat kabar Duta Masyarakat ini awalnya bermodalkan percetakan tua milik PBNU (Pengurus Besar Nahdlatul Ulama) yang berlokasi di Jalan Sasak 23 Surabaya. Sedangkan gedungnya berada di Senayan Jakarta. Percetakan ini dinilai kurang memenuhi syarat, akhirnya Duta Masyarakat pun membeli mesin cetak baru dengan sistem kredit.

Duta masyarakat untuk pertama kalinya terbit pada 2 Januari tahun 1954. Penerbitan ini sesuai dengan surat edaran untuk seluruh Pengurus Cabang NU se-Indonesia adalah:

“Sebagai terompet dan alat penghubung diantara kita sehingga kita dapat

¹¹⁵ Ahmad Zaini, *Dinamika Pers Nahdlatul Ulama (NU) (Studi Sejarah dan Perkembangan Harian Umum Duta Masyarakat Tahun 1954-2016 M)*, Skripsi Jurusan Sejarah Peradaban Islam Fakultas Adab dan Humaniora UIN Sunan Ampel Surabaya, 2017, 61

¹¹⁶ Mohammad Kaiyis, wawancara, Surabaya, 12 Januari 2021

gambaran yang terang terhadap berbagai persoalan yang timbul dalam berbagai lapangan dan dapat dipegang pula sebagai bahan pertimbangan dalam menghadapi persoalan seperti saat ini."¹¹⁷

Kantor pertama Duta Masyarakat berada di Jl. Sawah Besar 2R Jakarta. Tapi setelah beberapa tahun, Duta berpindah ke Jl. Menteng Raya no. 24. Redaksi awal Duta Masyarakat saat itu digawangi oleh Asa Bafagih, A. Zakaria, dan A. Hasan Sutardjo, M. Djunaidi, Dachlan Rasjidi, dan Husin Bafagih selaku staf redaksi. Duta Masyarakat kemudian mendapatkan izin terbit pada 31 Oktober 1958 No. 81/109/PPDSIDR/958 dan SIPK 1602/1/A/1575. Duta Masyarakat mempunyai semboyan awal "Pendukung Tjita-Tjita Kerdja-Sama Islam-Nasional", semboyan ini mewakili pemikiran partai NU, yang berupaya untuk menghapus atau setidaknya menengahi arus politik yang keras.¹¹⁸

Ketika berada pada kepemimpinan Saifuddin Zuhri dan berlanjut ke Mahbub Djunaidi di tahun 1959-1970, Duta Masyarakat semakin terkenal dan dinilai makin profesional. Mereka juga mengubah semboyan menjadi

¹¹⁷ Hairus Salim, *Duta Masyarakat*, dalam NU Online, 2012, diakses dari <https://www.nu.or.id/post/read/39996/duta-masyarakat> pada Januari 2021, pukul 09.55

¹¹⁸ M. Imam Aziz, et al, "Duta Masyarakat", *Ensiklopedia Nahdlatul Ulama; Sejarah Tokoh dan Khazanah Pesantren*, Jilid 3 (Jakarta: PBNU dan Mata Bangsa, 2014), 32.

“Pembawa Amanat Penderitaan Umat” yang tercantum dalam *Harian Pagi Duta Masyarakat* edisi Kamis 1 Desember 1960, isinya adalah:

*“Sembojan jang dipantjangkan oleh harian ini, pembawa amanat penderitaan umat, amatlah djelas menundjukkan arah djalan dan haluan jang ditempuh harian ini. setiap orang jang berdjoang, jang menegakkan haq dan keadilan, pada hakikatnja adalah pembawa amanat. Dan perdjongan, pada hakikatnja gelanggang jang diperuntukkan buat menghadapi tantangan derita, baik lahir maupun batin.”*¹¹⁹

Duta Masyarakat adalah saksi tajam atas praktik diktatorisme di negeri ini. Surat kabar ini telah mampu menjalankan tugas sebagai mata panah yang membidik persoalan negeri dari berbagai sudut pandang. Lalu ditangan Mahcub Junaidi, Islam yang menjadi landasannya bisa tampil elegan.¹²⁰

Surat kabar yang seringkali mengalami setidaknya tujuh kali perombakan dan penambahan susunan redaksi pada tahun 1958 hingga 1971 ini, memiliki beberapa kiprah yang cukup diperhitungkan. Pada peristiwa G-30 S PKI, Duta cukup vokal dalam menyuarakan tentang PKI. Hal ini dibuktikan pada Koran Duta

¹¹⁹ Redaksi, “Memenuhi Tugas Pembawa Amanat”, *Harian Pagi Duta Masyarakat* (1 Desember 1960), 1.

¹²⁰ Reni Nuryanti, et, al. *Sabda Pers Kebangsaan (1907-2007)*, (Yogyakarta: I:BOEKOE, 2007), 744

Masjaraikat edisi Senin 1 November 1965, pada halaman depan ditulis “Pasukan tempur G30S ditawan” dan dibawahnya tertulis tajuk “Tanpa PKI kita terus ganjang Nekolim”. Tak berhenti pada satu edisi saja, liputan tegas tentang PKI masih lanjut dalam hari-hari setelahnya. Dalam seminggu lamanya, dari tanggal 1 November 1965 hingga 8 November 1965 halaman depan Duta Masjaraikat konsisten untuk selalu menyajikan judul-judul yang tegas seperti, “Bubarkan PKI dalang G-30-S”, “BAPERKI harus dibubarkan”, “PKI tak punja modal dalam perdjuaangan” dan yang terkenal ialah “G-30-S Terkutuk” salah satu judul yang diambil dari perkataan presiden Soekarno.¹²¹

Eksistensi Duta Masjaraikat pada tahun 60-an hingga tahun 70-an semakin melesat dengan semakin meluasnya jangkauan distribusi Korannya ke beberapa kota besar seperti Jabar, Jatim, Jateng, Sumatera, Bima, Kalimantan Selatan dan Balikpapan. Tapi bersamaan dengan tahun itu pula, Duta Masjaraikat mulai merasakan krisis keuangan. Dimasa itu beberapa orang yang menjadi penyokong dana dan pengiklan satu-persatu berhenti. Tak berhenti disitu, Duta Masjaraikat pun mendapat perlakuan semena-mena dari pemerintah yang otoriter dan mempersempit gerak mereka untuk menerbitkan berita. Akhirnya pada tahun 1971, Duta Masjaraikat pun dibredel. Berbedanya hasil Pemilu antara Duta Masyaraikat dan

¹²¹ Duta Masjaraikat Edisi Tanggal 1, 4, 6, 8 November 1965.

Pemerintahlah yang menengarai terjadinya pemberedelan tersebut. Edisi terakhir yang ditemukan di Perpusnas bertuliskan 30 Oktober 1971.¹²²

b. Masa Kebangkitan (Tahun 1998 – 2018)

Tahun 1998 merupakan masa kebangkitan kembali Duta Masyarakat, setelah kurang lebih 27 tahun vakum. Kembalinya surat kabar ini ditandai dengan pergantian namanya menjadi Duta Masyarakat Baru. Bersamaan dengan terjadinya reformasi, banyak partai-partai baru yang bermunculan seperti jamur dimusim hujan. Dahlan Iskan yang kala itu mempunyai media Jawa Pos Grup, berinisiatif memfasilitasi partai-partai baru tersebut dengan media. Contohnya seperti, PAN (Partai Amanat Nasional) yang mempunyai Tabloid Amanat, PDIP (Partai Demokrasi Indonesia Perjuangan) dengan Tabloid Demokrat, PBB (Partai Bulan Bintang) dengan Tabloid Abadi, dan PKB (Partai Kebangkitan Bangsa) dengan Duta Masyarakat Baru.¹²³

Kantor Duta Masyarakat Baru berada di Jakarta Selatan tepatnya di Jl. Kebayoran Lama No. 17. Pimpinan umum saat itu adalah Gus Dur

¹²² Ahmad Zaini, *Dinamika Pers Nahdlatul Ulama (NU) (Studi Sejarah dan Perkembangan Harian Umum Duta Masyarakat Tahun 1954-2016 M)*, Skripsi Prodi Sejarah Peradaban Islam Fakultas Adab dan Humaniora UIN Sunan Ampel Surabaya, 2017, 76-77

¹²³ Ahmad Zaini, *Dinamika Pers Nahdlatul Ulama (NU) (Studi Sejarah dan Perkembangan Harian Umum Duta Masyarakat Tahun 1954-2016 M)*, 78

dan KH. Mustofa Bisri selaku Pemimpin Redaksi.

Duta Masyarakat Baru bergerak di daerah Jakarta dan sekitarnya. Baru bergerak selama tiga bulan, Duta mengalami ketidakstabilan antara manajemen redaksi dan ongkos cetak dan kirim. Penyebabnya adalah percetakan Duta Masyarakat Baru terletak terpisah, yakni di Surabaya. Tidak hanya itu, tempat Koran ini didistribusikan pun kurang strategis, mengingat di wilayah Jakarta jumlah warga NU belum teralau banyak.

Solusinya, kantor pusat Duta Masyarakat Baru akhirnya dipindahkan ke Surabaya, tepatnya di kantor Jawa Pos Surabaya dan PWNU Jawa Timur yang berada pada Jalan Darmo. Setelah perpindahan itu, Duta Masyarakat Baru tidak dapat bertahan lama, meskipun sempat mengalami kenaikan pendapatan dan lebih stabil daripada sebelumnya. Pada akhirnya, ditahun 2001 kepemimpinan Duta Masyarakat Baru pun beralih ke Choirul Anam. Ia pun mengubah nama Duta Masyarakat Baru menjadi Harian Umum Duta Masyarakat. Kemudian kantor Duta Masyarakat yang awalnya berada di Jalan Darmo dipindahkan ke Jl. Kutisari Indah Barat VI/1, Surabaya.¹²⁴

Hasyim Muzadi menginginkan Duta Masyarakat agar dikelola oleh orang yang

¹²⁴ Ahmad Zaini, *Dinamika Pers Nahdlatul Ulama (NU) (Studi Sejarah dan Perkembangan Harian Umum Duta Masyarakat Tahun 1954-2016 M)*, 80

memiliki latar belakang jurnalis. Harapannya, agar Duta Masyarakat sebagai surat kabar menjadi lebih professional dan tidak berada dalam bayang-bayang politik. Karena orang media tidak bisa diajak berpikir seperti orang partai dan media sendiri tidak akan berkembang. Ini disebabkan karena orang-orang yang berpolitik kurang memperhatikan segmentasi pasar, segmentasi iklan dan lain sebagainya. Disinilah Duta Masyarakat mengalami pergolakan tentang bagaimana cara media hidup sebagaimana halnya media.

Pemimpin Redaksi pertama adalah Abdullah Zaim. Diawal produksi, Duta Masyarakat masih mengalami kesulitan, karena harus meminjam percetakan harian. Setiap hari, Duta Masyarakat mencetak sebanyak 10.000 eksemplar dan merasakan biayanya membengkak. Akhirnya Duta Masyarakat memutuskan untuk mencetak surat kabarnya ke percetakan Surya dengan kesepakatan untuk membayarnya diawal.¹²⁵

Ternyata keputusan untuk mencetak surat kabar di Surya menimbulkan kerugian, karena dinilai sama-sama surat kabar. Akibatnya, Duta Masyarakat harus membayar lebih banyak. Akhirnya tepat tahun 2002 Duta Masyarakat mulai mendirikan percetakan sendiri dengan nama PT. Duta Aksara Mulia. Untuk memfasilitasi percetakan itu, Duta Masyarakat mengajak Paga Utama untuk bekerjasama

¹²⁵ Mohammad Kaiyis, wawancara, Surabaya , 12 Januari 2021.

membeli mesin percetakan. Namun kualitas yang dihasilkan masih jauh dari apa yang diinginkan.¹²⁶

Akhirnya sekitar tahun 2005, Duta Masyarakat pun memutuskan untuk beli mesin percetakan sendiri. Hasil dari mesin percetakan itu pun dinilai lebih baik karena memang lebih canggih dari yang sebelumnya. Keputusan Duta Masyarakat dalam mendirikan tempat percetakannya sendiri, berbuah manis pada kondisi keuangannya. Ini disebabkan oleh biaya percetakan surat kabar tersebut mengalami pengurangan.

Tak hanya sebatas itu, terkait manajemen Duta Masyarakat yang terdiri dari redaksi, iklan, dan marketing pun perlahan juga mulai stabil. Meskipun kondisinya mulai membaik, namun dalam hal distribusi masih dilakukan mandiri, sehingga menimbulkan keterlambatan. Akhirnya ditahun 2009, surat kabar Duta Masyarakat membuka cabang di Jalan Kramat 6 No. 8 Jakarta Pusat. Cabang baru tersebut bertujuan agar operasionalnya bisa berada di dua tempat. Namun cabang itu hanya bertahan selama empat tahun. Tahun 2013 eksistensi cabangnya yang

¹²⁶ Lilik Sujiansyah, *Peran Surat Kabar Duta Masyarakat Dalam Menolak Pemakzulan Presiden Kh. Abdurrahman Wahid Tahun 2001*, Skripsi Prodi Sejarah Peradaban Islam Fakultas Adab dan Humaniora UIN Sunan Ampel Surabaya, 30

bertempat di Jakarta harus diberhentikan karena ongkos operasional yang membengkak.¹²⁷

c. Masa Digitalisasi (2018) – Sekarang (2021)

Memasuki era digital dan semakin berkembangnya media sosial, menjadikan minat orang membaca koran menjadi lemah. Pada masa ini, orang lebih akrab dengan telepon pintar atau *smartphone*. Perubahan ini tentu berdampak pada media-media konvensional, terutama pada media cetak. Media cetak pun saat itu berada pada senjakala.

Jumlah oplah media cetak setiap harinya terus berkurang. Menurut pendataan Serikat Penerbit Pers (SPS) menurunnya angka media cetak terasa ditahun 2015. Jumlahnya menjadi 1.218 yang awalnya berjumlah 1.321 ditahun 2014. Dua tahun berikutnya penurunannya lebih drastis, yakni menjadi 810 di tahun 2016 dan 793 di tahun 2017.¹²⁸

Duta Masyarakat pun salah satu yang juga mengalami hal tersebut. Namun Duta Masih bisa bertahan dan memilih memutar otak agar orang masih tetap membaca berita dari Duta Masyarakat. Sebagai solusinya, Duta menghadirkan Duta.co sebagai website resmi Koran Duta Masyarakat. Pada awal dibuat, website tersebut bernama *dutaonline.com*

¹²⁷ Lilik Sujiansyah, *Peran Surat Kabar Duta Masyarakat Dalam Menolak Pemakzulan Presiden Kh. Abdurrahman Wahid Tahun 2001*, 31-32

¹²⁸ Abdul Manan, *Laporan Tahunan AJI 2018: Ancaman Baru dari Digital*, (Jakarta: AJI, 2018), 56

kemudian berubah menjadi Duta.co lalu mulai dirintis dan dikelola secara serius pada tahun 2018.¹²⁹

Media online duta.co telah terverifikasi dengan Koran Duta Masyarakat menggunakan PT yang sama yakni PT. Duta Masyarakat Koran, berdasarkan akta perubahan No. 9 tertanggal 21 Juli 2020, NO AHU: AHU-0049963.AH 10.02TAHUN 2020, NO NIB 022015732425. Duta.co pun menempati kantor yang sama yakni di Jl. Gayungsari Timur 35 Surabaya.¹³⁰

Duta.co juga menjadi media publikasi untuk Koran harian Duta Masyarakat. Setiap hari, Koran Duta Masyarakat diunggah melalui duta.co, hal ini diharapkan semua orang bisa menikmati tulisan duta dimanapun mereka berada. Ini juga sebagai pengganti Koran Duta Masyarakat yang telah berhenti cetak di Jakarta. Namun media online dinilai belum memberikan pemasukan yang stabil, sehingga Duta Masyarakat masih sangat menggantungkan semua pendapatan dari media cetak.

Pada awal tahun 2020, ketika wabah covid-19 merebak, seperti kebanyakan media yang juga mengalami kesulitan, Duta Masyarakat sempat hampir ambruk, hingga seluruh kru dikumpulkan untuk membahas bagaimana nasib Duta Masyarakat selanjutnya. Solusinya adalah Redaksi Duta Masyarakat

¹²⁹ Mokhammad Kaiyis, wawancara, Surabaya, 12 Januari 2021

¹³⁰ Duta.co, *Tentang Kami*, diakses dari <https://duta.co/tentang-kami#> pada 10 Januari 2021

melakukan perampangan halaman terhitung mulai tahun ini, jumlah halaman Koran Duta Masyarakat berkurang. Awalnya berjumlah 16 halaman, kini menjadi 12 halaman saja. Duta Masyarakat juga meniadakan terbitan dihari minggu yang biasanya berisi tour-tour dan wisata religi. Semua upaya ini dilakukan semata-mata untuk mengurangi ongkos cetak. Duta Masyarakat memilih untuk mengencangkan ikat pinggang untuk bertahan, dan selama ada pabrik kertas, Duta Masyarakat masih akan bertahan.¹³¹

2. Visi Misi Duta Masyarakat

Visi : “Menjadikan media ini sebagai sumber informasi positif bagi umat Islam khususnya dan seluruh bangsa Indonesia umumnya sehingga tercipta masyarakat yang adil, makmur, berkarakter Islami menuju negeri yang *baldatun toyyibatun warobbun ghofur.*”

Misi : “Mengajak pembaca berpikir positif, serta ikut aktif dalam gerakan dakwah Islam, tentu dengan pola informasi dan teknik jurnalistik yang benar. Meningkatkan fungsi dan peran Duta Masyarakat dalam penyebarluasan nilai-nilai Islam. menjaga dan mempertahankan nilai-nilai ahlussunnah wal Jamaah. Dengan misi tersebut Duta

¹³¹ Mokhammad Kaiyis, wawancara, Surabaya, 12 Januari 2021

Masyarakat wajib memberikan *space* khusus rubrik religi.”¹³²

3. Struktur Pelaksana

Penasehat Ahli	: KH. A. Mustofa Bisri (Gus Mus) As’ad Said Ali Dr. H. Alwi Shihab
Pemimpin Umum	: Drs. H. Choirul Anam
Direktur	: Mokhammad Kaiyis
Dir. Operasional	: Achmad Hizbullah Fahry
General Manager	: Eko Pamuji
Pemimpin Redaksi	: Mokhammad Kaiyis
Redaktur Pelaksana	: Mohammad Hakim
Koordinator Daerah	: Mahrus Ali.
Event	: Imam Ghozali.
Redaktur	: Endang Lismari, Tri Suryaningrum, Abdur Rohman, Imam Ghozali.
Jurnalis Surabaya	: Ahmad Fathis Su’ud, Abd. Aziz, Andi Mulya, Tunggal Teja Asmara, Henoeh Kurniawan.
Fotografer	: Ridho’i, Wiwik Wulandari.
Jurnalis Daerah	
Situbondo	: Heru.
Probolinggo	: Ahmad Faisol.
Pasuruan	: Abdul Aziz, Hamzah

¹³² Duta.co, *Tentang Kami*, diakses pada Januari 2021 melalui <https://duta.co/tentang-kami#> pada 10 Januari 2021

Lumajang	: Pujiono. : Lukmanul Hakim, Ali Imron.
Bondowoso	: Haryono.
Banyuwangi	: Jamhari.
Jember	: Ihya Ulumiddin.
Bangkalan	: Moh Amin.
Sampang	: Fathurahman.
Pamekasan	: Habib As Siddiq.
Biro Sidoarjo	: Ahmad Yani, Yudi Irawan, Luthfi.
Gresik	: M Sopii, Agus, Abdul Salim.
Lamongan	: Kadam Mustoko, Sunardi.
Bojonegoro	: Kusaini
Malang Raya	: Rio Hendra (koor), Muhammad Zen, Haris Sugiarto.
Mojokerto	: Arif Rahman, Yusuf Widayat.
Jombang	: Nurul Yaqin, Muhtazuddin.
Kediri	: Nanang Priyo Basuki.
Nganjuk	: Adi Mulyadi.
Madiun	: Agoes Basoeki, Aribowo.
Blitar	: Hendik Budi Y.
Tulungagung	: Fuad.
Trenggalek	: Ayu Mila Sari, Tata Renata.
Tuban	: Syaiful Adam.

Ponorogo	: Siti Noor Aini.
Jakarta	: Khoirul Huda Sabily.
Desain Grafis	: Ismail Amrulloh (Koordinator), Ahmad Faiz Muda, Sulistyorini, Abida Al Aliyah, Dewi Ayu Manila, Imron.
Karikaturis	: Iskandar Zubair.
IT Support	: Miftakhul Ulum Syaifulloh.
Website	: Sovie Dina Kumala.

4. Produk

a. Koran Duta Masyarakat

Duta Masyarakat sebagai Koran harian terbit enam hari dalam seminggu, mulai dari hari senin hingga hari Sabtu. Surat kabar ini tidak terbit dihari minggu. Koran ini memuat sebanyak 12 halaman, diantaranya:

- 1) **Headline.** Headline atau halaman depan surta kabar Duta Masyarakat berisi berita-berita pilihan terbaik dari isu-isu nasional. Biasanya kebanyakan berasal dari Ibu Kota, Jakarta. Ada juga berita features, kolom renungan yang berisi nasihat dari beberapa tokoh agama Islam ternama seperti, Sunan Kalijaga, Abu Bakar, Imam Syafi'i dan masih banyak lagi. Tersedia juga kolom jagad unik yang berisi penemuan-penemuan unik seperti tempat, orang maupun hasil eksperimen. Selain itu, ada kolom ngaji yang berisi

ulasan-ulasan seputar agama Islam. Perhatikan gambar 1.1.

- 2) Halaman Kedua. Pada halaman ini memuat kolom opini yang menyajikan ulasan-ulasan dari pakar, pengamat, dosen, dan mahasiswa. Ada juga berita-berita nasional dan berita sambungan dari halaman depan.
- 3) Halaman ketiga Koran Duta Masyarakat berisi rubrik religi yang didalamnya memuat tentang berita-berita keislaman, kajian-kajian tentang fiqih, dan beberapa permasalahan keislaman yang beredar dikalangan umat Islam. Rubrik ini merupakan rubrik khas Koran Duta dan wajib untuk dipertahankan. Awalnya, rubrik ini bernama An-Nahdliyah, namun faktanya banyak juga orang-orang Muhammadiyah yang ikut membaca. Akhirnya namanya pun diubah menjadi religi, namun tetap pada bingkai ahlussunah wajama'ah.¹³³
- 4) Halaman Hukrim, berisi rubrik hukum dan kriminal. Pada halaman ini mengulas tentang berita-berita kriminal dan hukum dilingkup Kota Surabaya.
- 5) Halaman Daerah. Halaman ini berisi tentang berita-berita yang mencakup beberapa daerah di seluruh Jawa Timur seperti, Malang, Gresik, Sidoarjo, TAPALKUDA (Situbondo, Probolinggo, Jember-Bondowoso, Pasuruan, Bangkalan, Sampang, Pamekasan, Sumenep, Banyuwangi), MATARAMAN

¹³³ Mokhammad Kaiyis, wawancara, Surabaya, 12 Januari 2021

(Blitar, Tulungagung, Kediri, Trenggalek, Madiun, Ngawi, Ponorogo, Pacitan, Magetan), BRANTAS (Bangkalan, Mojokerto, Jombang, Bojonegoro, Tuban, Nganjuk, Lamongan). Berita-berita daerah ini mengisi halaman kelima, delapan, Sembilan, dan sepuluh.

- 6) Halaman Bisnis. Halaman keenam ini berisi tentang berita-berita dari berbagai pemilik usaha komersial, bisnis, pariwisata, dan lain sebagainya.
- 7) Halaman Surabaya. Halaman ini diisi dengan berita-berita yang berkaitan dengan Kota Surabaya, baik dari sektor pemerintahan maupun yang lainnya.
- 8) Halaman Edukasi. Pada halaman ini, berita-berita seputar dunia pendidikan, seperti inovasi atau penemuan, prestasi siswa di perguruan tinggi, dan masih banyak lagi.

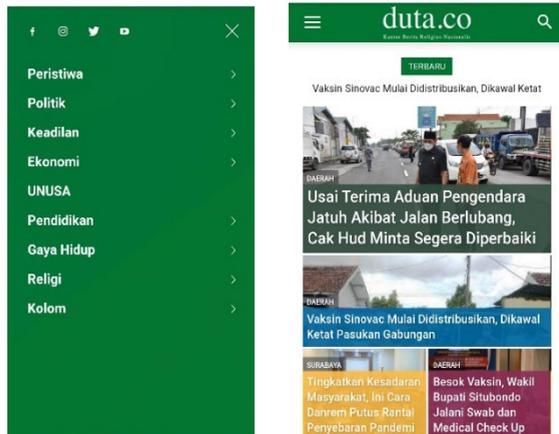


Gambar A-1 Koran Duta Masyarakat

b. Duta.co

Selain media cetak, Duta Masyarakat juga tak ketinggalan untuk merambah media online. Duta.co hadir untuk menyapa pembacanya yang ingin membaca Koran Duta Masyarakat namun tidak tersedia di beberapa daerah.

Dalam media online *duta.co* ini ada delapan rubrik, diantaranya adalah peristiwa, politik, keadilan, ekonomi, pendidikan, gaya hidup, religi dan kolom. Selain itu, *duta.co* juga menyediakan *e-paper* Koran Duta Masyarakat yang diunggah setiap harinya. Ini adalah strategi Harian Umum Duta Masyarakat agar tulisan-tulisan di Koran Duta tetap bisa diakses dan dinikmati oleh banyak pembacanya dimanapun mereka berada. Lihat gambar 2.



Gambar A-2 Laman Media Online Duta.co

5. Etika Jurnalistik Islam dalam Duta Masyarakat

Selain teori-teori jurnalistik umum, seperti penerapan *news value*, *cover both side*, etika jurnalistik, dan masih banyak lagi, semua jurnalis Harian Umum Duta Masyarakat itu juga dibekali dengan etika jurnalistik Islam.

Ada perbedaan yang cukup kentara antara gaya penulisan Duta Masyarakat dengan media-media cetak lainnya. Perbedaan ini terletak pada penulisan sebutan bagi alim ulama atau yang biasa disebut sebagai Kiai. Salah satu contohnya adalah ketika Koran Duta Masyarakat memberitakan tentang Wakil Presiden Republik Indonesia Ma'ruf Amin, yang juga seorang Kiai, Jurnalis Duta Masyarakat menambahkan sebutan Kiai tersebut di awal namanya sehingga menjadi Kiai Ma'ruf Amin. Berbeda dengan penulisan Jawapos yang hanya akan menulis namanya saja, yakni Ma'ruf Amin.¹³⁴

Ini tampak kontras dengan aturan penulisan media massa lainnya yang menyamaratakan semua profesi dengan hanya menyebutkan nama saja. Salah satu ciri utama bahasa jurnalistik adalah demokratis. Dalam aturan menulis berita, bahasa jurnalistik tidak ada perbedaan atau keistimewaan kepada siapapun, yang artinya semua orang mendapatkan strata sosial yang sama.¹³⁵

Namun dalam penulisan lainnya, jurnalis Duta Masyarakat tidak menggunakan kata-kata 'beliau', dan sebutan khusus tersebut hanya pada

¹³⁴ Mokhammad Kaiyis, wawancara, Surabaya, 12 Januari 2021

¹³⁵ Muhammad Rohmadi, *Jurnalistik Media Cetak*, (Surakarta: Cakrawala Media, 2011), 7

panggilan-panggilan tertentu. Hal ini mungkin dianggap spele, namun etika itu tetap dipegang oleh Jurnalis Duta Masyarakat.

Tidak hanya itu, dalam hal pornografi Duta Masyarakat juga dikatakan sangat anti. Tidak hanya pada berita, namun pada iklan Duta Masyarakat juga tidak perbolehkan memuat iklan-iklan yang berbau pornografi, seperti iklan pembesar alat kelamin, dan lain sebagainya. Hal ini yang mungkin tidak dialami oleh media-media lain, karena Duta Masyarakat sendiri memiliki filter yang terlalu ketat dari para Kiai, mengingat Koran Duta Masyarakat didirikan dan dikembangkan oleh Tokoh-Tokoh NU dan juga menjadi bacaan para Kiai di beberapa Pondok Pesantren. Para Kiai tersebut berhak memanggil dan menegur Pemimpin Redaksi apabila memuat hal-hal yang berbau pornografi. Secara tidak tertulis, redaktur-redaktur Duta Masyarakat memahami batasan-batasan itu.¹³⁶

Jurnalistik Islami sudah jelas akan menghindari gambar-gambar atau ungkapan pornografi, menjauhkan hal-hal yang berbau maksiat, dan sesuatu yang bertentangan dengan syariat Islam, contohnya seperti fitnah, memutarbalikkan kebenaran dan menyebarkan berita hoaks.¹³⁷

¹³⁶ Mokhammad Kaiyis, wawancara, Surabaya, 12 Januari 2021

¹³⁷ Asep Syamsul M. Romli, *Jurnalistik Praktis untuk Pemula Edisi Revisi*, (Bandung: Remaja Rosdakarya, 2014), 120

B. Analisis Data

Disini ini peneliti akan mendeskripsikan apa yang peneliti temukan selama melakukan penelitian lapangan dengan cara observasi, wawawancara langsung dengan narasumber, dan dokumentasi. Dalam hal ini peneliti mengkategorikannya dalam beberapa sub-bab. Adapun hasil penelitian tentang penggunaan media sosial dalam masing-masing tahapan produksi berita keislaman di Harian Umum Duta Masyarakat ialah:

1. Tahap Perencanaan

Ditahap ini, kerja jurnalis Duta Masyarakat diawali dengan memilah berita-berita keislaman yang ada disekelilingnya. Dalam proses pencarian ini, berita menurut salah satu jurnalis politik Duta Masyarakat, Abdul Aziz mengkategorikannya dalam dua macam berita, yang pertama disebut sebagai berita langit. Berita langit adalah berita yang berita yang muncul dan berkembang luas di masyarakat. Sedangkan yang kedua adalah berita bumi. Berita bumi berarti peristiwa atau kejadian yang faktual.

“Ada berita langit dan ada berita bumi. Berita langit itu berita yang berasal dari isu yang berkembang dimasyarakat. Sedangkan berita bumi itu berita yang berasal dari peristiwa-peristiwa yang telah terjadi. Berita kriminal tidak bisa mengambil dari isu karena medan liputannya harus berada di tempat kejadian atau rilis-rilis dari polisi resort atau kepolisian sektor. Lalu jurnalis yang ditempatkan dipolitik selalu

memainkan isu. Isu tersebut dimainkan dari isu-isu yang kini sedang berkembang.”¹³⁸

Tahap perencanaan memerlukan kejelian jurnalis Duta Masyarakat baik jurnalis nasional maupun jurnalis lokal atau daerah dalam melihat peristiwa dan isu yang menarik dan penting untuk diketahui oleh masyarakat.

Mengakses media sosial adalah salah satu cara jurnalis untuk mendapatkan informasi dengan cepat. Mengingat pada zaman sekarang masyarakat mempunyai kebiasaan bercerita dan beropini tentang segala hal yang mereka alami di media sosial, ini membuat jurnalis dengan mudah mendapatkan konten berita.¹³⁹

a. Media Sosial Digunakan Jurnalis untuk Memantau Informasi

Media sosial mempunyai pengaruh dalam tahapan kerja jurnalis dari mulai penyeleksian berita, pencarian sumber informasi berita, hingga penulisan berita. Pada tempat teratas, media sosial ternyata paling sering digunakan jurnalis pada tahap pencarian sumber informasi berita melalui pencarian data atau informasi.¹⁴⁰

¹³⁸ Abdul Aziz, Wawancara, Surabaya, 8 Januari 2021

¹³⁹ Nela Widiastuti, *Berita Viral di Media Sosial Sebagai Sumber Informasi Media Massa Konvensional*, Jurnal Digital Media & Relationship (JDMR) Volume 1 No. 1 Desember 2019, 25-26

¹⁴⁰ Tim Maverick, *Penggunaan Social Media oleh Jurnalis*, Laporan Hasil Penelitian Bersama Program Studi Ilmu Komunikasi Universitas Paramadina, Jakarta, 2013, 13

Sebanyak 76% jurnalis memanfaatkan media sosial untuk memantau informasi, 46% sebagai referensi berita, dan 24% sebagai bahan berita. Survei ini berasal dari 157 informan yang berprofesi sebagai jurnalis yang tersebar di 21 Kota di Indonesia.¹⁴¹

Alasan jurnalis menggunakan media sosial diungkapkan oleh M. Shopii. Jurnalis daerah Duta Masyarakat yang sehari-hari bertugas meliput wilayah Gresik ini mengatakan bahwa media sosial membantunya untuk mengetahui informasi yang berada jauh dari jangkauannya. Selain itu, sebagai jurnalis daerah, Shopii merasa harus mencakup semua bidang, seperti politik, hukum dan masih banyak lagi yang terjadi di Gresik. Salah satu caranya adalah dengan memantau informasi melalui media sosial.

“Media sosial membantu keterbatasan Saya sebagai jurnalis yang tidak mengetahui informasi berita, dan mereka yang dekat di lokasi kejadian mengunggah hal tersebut. Kita tidak tahu kalau ada banjir datang, tetapi ketika diupload di sosmed kita baru tahu kalau suatu daerah tersebut sedang banjir.”¹⁴²

¹⁴¹ Uni Lubis, *Interaksi Jurnalis dan Media Sosial*, diakses dari <http://unilubis.com/2012/02/21/interkasi-jurnalis-dan-media-sosial/> pada Maret 2020

¹⁴² M. Shopii, Wawancara, Gresik, 11 Januari 2021

Secara lebih rinci Shopii menjelaskan tentang media sosial apa saja yang biasa ia amati ketika sedang mencari berita. Media sosial yang ia gunakan adalah Facebook, Twitter, Instagram, dan Whatsapp. Shopii merasa dua media sosial itu lah yang lebih banyak informasinya. Jika sedang menggunakan media sosial Facebook, ia mencari informasi di grup lokal Gresik, karena ruang lingkup liputannya adalah daerah Gresik. Media sosial atau grup yang menyediakan informasi seputar daerah Gresik, diantaranya adalah Gresik sumpek, untuk media sosial Twitter, Shopii mengakses akun Info Gresik dan e100. Sedangkan untuk media sosial Instagram, Shopii lebih sering mengakses akun BUMN (Badan Usaha Milik Negera) yang ada, seperti akun Petro Kimia yang meng-*update* kegiatan atau perkembangan di perusahaannya. Selain itu, ia juga mendapat berita informasi dari grup-grup Whatsapp jurnalis yang juga meliput di area Gresik, yang bernama Pos Dewan, Pos Pemda, Pos Polres.

Senada dengan Shopii, Abdul Aziz jurnalis Politik Pemkot Surabaya Duta Masyarakat ini mengatakan bahwa dalam mencari berita bisa dilihat dari media sosial dan media Online, seperti Tempo.co, Detik.com, dan Kompas.com. Menurut Aziz, Media online dinilai sebagai media massa yang paling cepat pendistribusiannya kepada pembaca. Sedangkan

media sosial yang paling banyak mengandung informasi adalah Twitter.¹⁴³

Faizal Falakki, Jurnalis Duta Masyarakat yang juga jurnalis politik yang fokus pada *beat* politik Pemprov Jawa Timur pun mengiyakan bahwa menggunakan media sosial pada masa sekarang adalah hal yang wajar. Apalagi pada masa pandemi, ketika beberapa kegiatan mulai dibatasi. Media sosial membantunya untuk mengetahui informasi-informasi yang ia perlukan selaku jurnalis. Media sosial yang biasa ia gunakan adalah Instagram, Twitter, dan Telegram.¹⁴⁴

Berbeda dengan ketiga jurnalis diatas, Henoch Kurniawan atau biasa disapa Eno, sebagai jurnalis Hukum ia mengaku prosentasenya menggunakan media sosial hanya sekitar 25-30%. Media sosial yang Eno gunakan diantaranya adalah Instagram, Twitter, Facebook, maupun Website resmi milik instansi terkait liputan, dalam hal ini adalah Website milik Pengadilan Negeri Surabaya maupun Kejaksaan Negeri Surabaya. Menurut Eno, dengan mengakses dua website tersebut, ia bisa mendapatkan informasi, salah satunya seperti informasi jadwal persidangan yang akan dan sedang berlangsung.¹⁴⁵

¹⁴³ Abdul Aziz, Wawancara, Surabaya, 8 Januari 2021

¹⁴⁴ Faizal Falakki, Wawancara, Surabaya, 8 Januari 2021

¹⁴⁵ Henoch Kurniawan, Wawancara, Surabaya, 11 Januari 2021

b. Media Sosial Digunakan Sebagai Referensi Awal Berita Keislaman

Media sosial digunakan sebagai referensi awal untuk menentukan topik berita. Referensi ini dapat menjadi ide berita, topik yang akan dibahas, dan memonitor isu-isu yang beredar di masyarakat (Betancourt, 2009; Jordaan, 2013)¹⁴⁶

Aziz salah satu jurnalis lokal Surabaya yang berada di desk politik Koran Duta Masyarakat, mengungkapkan bahwa Ia pernah menjadikan apa yang sedang viral di media sosial sebagai referensi awal untuk berita keislaman yang akan Ia tulis. Awalnya Aziz melihat pamflet Pemberlakuan Pembatasan Kegiatan Masyarakat (PPKM) yang tersebar di media sosial twitter dan tagar #PSBBUntukKitaSehat yang sempat menjadi *trending* di twitter pada tanggal 6 Januari 2021. Setelah peneliti cari lebih lanjut, pamflet tersebut milik Kementerian Komunikasi dan Informatika Republik Indonesia (Kominfo RI) yang diunggah di website resminya www.kominfo.go.id.

Dari sebaran pamflet tersebut, Aziz mendapatkan ide untuk menjadikannya berita. Pamflet PPKM menjadi informasi awal baginya dan bisa dia kembangkan ke lingkup Kota Surabaya, mengingat cakupan PPKM mencakup dari Pulau Jawa hingga Bali.

¹⁴⁶ Ova Adelia, *Penggunaan Media Sosial oleh Jurnalis Jawa Pos Radar Semarang dalam Pembuatan Berita*, Skripsi Jurusan Ilmu Komunikasi Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Diponegoro Semarang, 2019, 96

“Isu PPKM (Pembatasan Kegiatan Masyarakat) waktu itu pamfletnya menyebar dimana-mana di media sosial twitter. Surabaya menjadi salah satu daerah yang terkena PPKM Jawa-Bali. Maka informasi itu bisa dikembangkan untuk wilayah Surabaya. Bisa ditanyakan bagaimana Pemerintah Kota Surabaya menghadapi ini, mau atau tidak.”¹⁴⁷

Lihat Gambar.



Gambar B-1 Pamflet PPKM yang tersebar dan menjadi trending di media sosial Twitter (6/01).

¹⁴⁷ Abdul Aziz, Wawancara, Surabaya, 8 Januari 2021



SIKAP PEMERINTAH - Wakil Gubernur (Wagub) Perbek Surabaya pada Kamis (7/1/2021) dalam mengikuti pertemuan pemerintah untuk Surabaya yang diadakan oleh Badan Penyelenggara Pemilihan Umum (BPPU) pada 7-21 Januari 2021.

Surabaya Minta Dikecualikan dari PPKM

Doni Monardo Minta Tokoh Agama Membatasi Kerumunan

SURABAYA - Pelaksanaan Tugas Wali Kota Surabaya Whisman Sakti Busana mengemukakan kepada pemerintah pusat supaya Kota Surabaya tidak masuk Pemberlakuan Pembatasan Kegiatan Masyarakat (PPKM). Usul ini diajukan menyusul dari penutupan angka penambahan ke-

wahyu lalu. "Semestara di wilayah Jawa Timur ada seribu delapan puluh lima orang yang sudah tidak diterangkan PPKM. Itu jadi saya prihatin," kata Whisman, Sabtu (7/1/2021). Whisman mengemukakan apabila pelaksanaan PPKM di timur, so akan menyebabkan kerugian atau kota di Jatim juga harus menerangkan, itu yang akan diterangkan oleh pemerintah. Namun, jika peraturan ini parial jastira di wilayah yang cenderung

membuat beberapa hari ini, kerenduan diterangkan aturan tersebut, yang dilaksanakan adalah beberapa pasung dari luar kota yang dilaksanakan. "Apalagi, melihat penanganan kota lain. Kita bisa jadi berikan tanggapan. Kita tidak mau melihat sisi penanganan Covid-19 saja, tetapi ada dampak yang lebih luas lagi," katanya. Media penyempangan pandemi ini dinilai cukup besar, kata dia, ke de-

pan Perbek Surabaya lebih memaknakan peran Kampung Tangguh Wali Agri. Surabaya berpesan sama dengan jastira PPKM dan TNI. "Kita diperbolehkan untuk ke pasar, Surabaya tidak dibarengkan aturan lainnya yang sudah diterangkan pada 11-12 Januari 2021. Kita juga sudah ada waktu untuk menerangkan hal ini ke pasar, tetapi kita akan berusaha yang terbaik untuk Kota

*BRI, Surabaya, 11/1/21

Gambar B-2 Cuplikan Berita PPKM di Koran Duta Masyarakat edisi 8 Januari 2021

c. Media Sosial Digunakan Untuk Menentukan Angle Berita Keislaman

Media massa yang berbasis online menurut Ward dalam buku *Journalism Online*, mengungkapkan bahwa salah satu karakteristik jurnalisme online adalah *immediacy*, yang artinya kecepatan dan kebaruan dalam penyampaian informasi.¹⁴⁸

Bagi jurnalis Duta Masyarakat, membaca media online dapat berpengaruh pada pemilihan angle pada berita keislaman yang akan ditulis. Aziz menjelaskan bahwa membaca situs-situs berita online berpengaruh pada pemilihan angle

¹⁴⁸ Mike Ward, *Journalism Online*. (Great Britain: Focal Press, 2002), 21
95

jurnalis, agar tidak sama dengan media massa lainnya. Mengingat media online lebih cepat ketika sampai pada masyarakat. Jadi media cetak selaku media massa yang terhitung paling lama pendistribusiannya harus mempunyai keunggulan dengan angle yang berbeda dan ulasan yang lebih mendalam. Inilah yang membedakan media cetak dan media online.¹⁴⁹

d. Media Sosial Sebagai Bahan Berita Keislaman

Direktur Kompas.com, Taufik Mihadja dalam penelitian Maverick mengatakan, “Saya minta mereka mengikuti, mem-*follow*, orang-orang yang jadi narasumber mereka. Akun media sosial online juga harus di-*follow*.” Media sosial mempunyai kelebihan untuk memberikan jurnalis akses kepada orang-orang yang menjadi narasumber mereka. Dengan mengikuti akun media sosialnya setidaknya jurnalis dapat memantau setiap kegiatan dari unggahannya dan dapat juga terhubung secara langsung dengan narasumber melalui akun media sosialnya.¹⁵⁰

Akun media sosial yang dimaksud disini adalah akun media sosial resmi milik tokoh masyarakat, tokoh penting pemerintahan maupun keagamaan, artis, pejabat, atau idola masyarakat yang dinilai memberi dampak dan perlu diketahui oleh masyarakat.

¹⁴⁹ Abdul Aziz, Wawancara, Surabaya, 8 Januari 2021

¹⁵⁰ Tim Maverick, *Penggunaan Social Media oleh Jurnalis*, Laporan Hasil Penelitian Bersama Program Studi Ilmu Komunikasi Universitas Paramadina Jakarta, tahun 2013, 12

“Media sosial yang paling banyak mengandung informasi adalah Twitter. Sebab banyak sekali cuitan tokoh-tokoh penting yang sangat aktif setiap harinya. Sebut saja Fadli Zon. Dari informasi yang ada di media sosial itu, jurnalis melakukan pengembangan.”¹⁵¹

Dalam proses penulisan berita keislaman, beberapa jurnalis Duta Masyarakat dalam tulisannya terlihat mengutip beberapa perkataan dari akun *public figure* atau tokoh masyarakat yang dinilai layak dijadikan bahan berita keislaman dan penting untuk diketahui oleh masyarakat.

Dengan mengumpulkan data yang ada di media sosial, jurnalis menggunakan data tersebut sebagai bahan berita mereka. Artinya, apa yang didapat melalui media sosial, datanya diambil sebagai berita untuk menunjang pekerjaannya.¹⁵² Era media baru memungkinkan jurnalis untuk menggali data melalui media internet kemudian mengemasnya kembali untuk disampaikan ke khalayaknya.¹⁵³ Hal ini memang memungkinkan terjadi, karena pada dasarnya, menurut Flemming et al,

¹⁵¹ Abdul Aziz, Wawancara, Surabaya, 8 Januari 2021

¹⁵² Rich Brooks, *How Social Media Helps Journalists Break News*, 2011, diakses dari <https://www.socialmediaexaminer.com/how-social-media-helps-journalists-break-news/> pada 16 Februari 2021

¹⁵³ Tim Maverick, *Penggunaan Social Media Oleh Jurnalis*, Laporan Hasil Penelitian Bersama Program Studi Ilmu Komunikasi Universitas Paramadina, Jakarta, 2013, 5

“News is all about information that you as a journalist receive and re-package for public consumption.”¹⁵⁴

Salah satu contohnya adalah berita Duta Masyarakat yang mengutip dari akun media sosial milik Gubernur Jawa Timur, Khofifah Indar Parawansa. Akun Instagram pribadi Gubernur Jatim tersebut bernama @khofifah.ip. Jurnalis Surabaya yang termasuk dalam desk politik, Faizal Falakki mengutip *caption* dari unggahan kegiatan Khofifah yang tengah menjalani masa karantina karena terjangkit covid-19, seperti kegiatan berkebun, menonton drama Korea, dan bermain dengan kucingnya bernama Moza. Kutipan tersebut termuat dalam tulisannya di Koran Duta Masyarakat edisi 19 Januari 2021. Lihat gambar.



Gambar B-3 Postingan Khofifah Indar Parawansa di Instagram Pribadinya pada Tanggal 17 Januari 2021

¹⁵⁴ Fleming, Carole, Emma Hemmingway, Gillian Moore & Dave Welford. *An Introduction to Journalism*. (London: Sage Publications, 2006), 27

Dua Kali Swab, Gubernur Jatim Masih Jalani Isolasi Mandiri
Terhibur Moza, Kucing Kampung Kesayangan

Bahai (17 hari) Gubernur Jawa Timur, Khofifah Indar Parawansa, kembali menjalani tes swab COVID-19. Gubernur Jatim ini menjalani tes swab COVID-19 di rumah di Kabupaten Gresik, Jawa Timur, pada Selasa (15/1/2021). Khofifah mengatakan, ia sudah menjalani tes swab COVID-19 dua kali sebelumnya, yakni pada Sabtu (13/1/2021) dan Minggu (14/1/2021).

SOEKSES Mendukung hasil tes swab COVID-19 Khofifah yang menunjukkan Khofifah memang belum terpapar virus corona, Khofifah merasa senang dan lega. "Saya sangat bersyukur karena ini menunjukkan bahwa saya aman dan bisa beraktivitas kembali," ujarnya.

Khofifah mengatakan, ia sudah menjalani tes swab COVID-19 dua kali sebelumnya, yakni pada Sabtu (13/1/2021) dan Minggu (14/1/2021). Khofifah mengatakan, ia sudah menjalani tes swab COVID-19 dua kali sebelumnya, yakni pada Sabtu (13/1/2021) dan Minggu (14/1/2021).

Khofifah mengatakan, ia sudah menjalani tes swab COVID-19 dua kali sebelumnya, yakni pada Sabtu (13/1/2021) dan Minggu (14/1/2021). Khofifah mengatakan, ia sudah menjalani tes swab COVID-19 dua kali sebelumnya, yakni pada Sabtu (13/1/2021) dan Minggu (14/1/2021).

Khofifah mengatakan, ia sudah menjalani tes swab COVID-19 dua kali sebelumnya, yakni pada Sabtu (13/1/2021) dan Minggu (14/1/2021). Khofifah mengatakan, ia sudah menjalani tes swab COVID-19 dua kali sebelumnya, yakni pada Sabtu (13/1/2021) dan Minggu (14/1/2021).

Khofifah mengatakan, ia sudah menjalani tes swab COVID-19 dua kali sebelumnya, yakni pada Sabtu (13/1/2021) dan Minggu (14/1/2021). Khofifah mengatakan, ia sudah menjalani tes swab COVID-19 dua kali sebelumnya, yakni pada Sabtu (13/1/2021) dan Minggu (14/1/2021).

Khofifah mengatakan, ia sudah menjalani tes swab COVID-19 dua kali sebelumnya, yakni pada Sabtu (13/1/2021) dan Minggu (14/1/2021). Khofifah mengatakan, ia sudah menjalani tes swab COVID-19 dua kali sebelumnya, yakni pada Sabtu (13/1/2021) dan Minggu (14/1/2021).

Khofifah mengatakan, ia sudah menjalani tes swab COVID-19 dua kali sebelumnya, yakni pada Sabtu (13/1/2021) dan Minggu (14/1/2021). Khofifah mengatakan, ia sudah menjalani tes swab COVID-19 dua kali sebelumnya, yakni pada Sabtu (13/1/2021) dan Minggu (14/1/2021).

Khofifah mengatakan, ia sudah menjalani tes swab COVID-19 dua kali sebelumnya, yakni pada Sabtu (13/1/2021) dan Minggu (14/1/2021). Khofifah mengatakan, ia sudah menjalani tes swab COVID-19 dua kali sebelumnya, yakni pada Sabtu (13/1/2021) dan Minggu (14/1/2021).

Khofifah mengatakan, ia sudah menjalani tes swab COVID-19 dua kali sebelumnya, yakni pada Sabtu (13/1/2021) dan Minggu (14/1/2021). Khofifah mengatakan, ia sudah menjalani tes swab COVID-19 dua kali sebelumnya, yakni pada Sabtu (13/1/2021) dan Minggu (14/1/2021).



Khofifah Indar Parawansa berinteraksi dengan kucing kesayangannya di rumahnya.

Gambar B-4 Berita Koran Duta Masyarakat yang Mengutip Pernyataan dari akun Instagram @khofifah.ip

Pertimbangan Faizal menggunakan unggahan media sosial sebagai bahan berita tidak sembarangan, harus memperhatikan hal-hal ini:

1) Memastikan Keaslian Akun Media Sosial.

Jurnalis harus mengetahui bahwa akun tersebut adalah akun asli, salah satu indikatornya adalah dengan adanya lambang centang berwarna biru di samping kanan nama akun Instagram. Akun @khofifah.ip sendiri telah dikonfirmasi bahwa Khofifah sendiri yang menjalankannya.¹⁵⁵

2) Mengonfirmasi Ulang Kepada Pihak-Pihak yang Berwenang

Informasi yang ada di media sosial tetap harus dikonfirmasi langsung kepada sumbernya. Proses verifikasi inilah yang menunjukkan jurnalis dan media massa tersebut dianggap kredibel.¹⁵⁶

¹⁵⁵ Faizal Falakki, wawancara, Surabaya, 8 Januari 2021

¹⁵⁶ Diana Bossio. *Journalism and social media: Practitioners, organisations and institutions.* (Springer, 2017), 33

Selain memperhatikan pada akun mana yang akan dijadikan bahan berita, jurnalis harus mewawancarai narasumber lain untuk mengkonfirmasi lebih lanjut tentang hal tersebut. Konfirmasi tersebut bisa dilakukan pada pihak-pihak yang berwenang atau orang yang mempunyai kredibilitas tentang hal itu. Dalam tulisan Faizal Falakki, ia juga memasukkan tanggapan Staf Khusus Rumpun Kuratif Satgas Covid-19 Jatim dan Sekretaris Daerah Provinsi Jatim yang dinilai mengerti tentang kondisi Gubernur Jatim saat itu.

2. Tahap Peliputan

Pada tahap ini, jurnalis Duta Masyarakat melakukan pencarian berita dengan datang langsung menuju tempat kejadian. Jurnalis Duta Masyarakat juga melakukan wawancara dengan narasumber yang kompeten untuk memberikan pendapatnya sesuai dengan peristiwa yang sedang diliput. Wawancara dilakukan dengan mengajukan pertanyaan-pertanyaan yang mempunyai tujuan untuk mencari informasi, data dan fakta tentang suatu peristiwa.

Berikut penggunaan media sosial dalam tahap peliputan berita di Koran Duta Masyarakat:

a. Media Sosial Digunakan Jurnalis Untuk Mewawancarai Narasumber

Dalam proses wawancara, jurnalis Duta Masyarakat melakukannya dalam dua cara, yakni wawancara secara langsung dan wawancara

tidak langsung. Pada narasumber yang tidak bisa ditemui secara langsung, Jurnalis Duta Masyarakat menggunakan media sosial untuk mempermudah proses wawancara. Wawancara dengan media sosial dilakukan via Whatsapp. Biasanya wawancara dengan cara ini hanya diperuntukkan kepada narasumber-narasumber yang sudah jurnalis kenal dengan dekat.

Namun, ada juga wawancara via Whatsapp yang diinisiasi oleh narasumber sendiri. Wawancara dengan media sosial ini biasa dilakukan melalui *voice call* Whatsapp atau melalui pesan teks Whatsapp yang diketikkan secara langsung oleh narasumber. Jika wawancara dilakukan lewat teks, maka draf pertanyaan wawancaranya diketikkan melalui Whatsapp kemudian dikirimkan. Sedangkan wawancara yang dilakukan pada narasumber yang dirasa jurnalis belum kenal, jurnalis akan menghubunginya lewat telepon terlebih dahulu. Langkah ini dilakukan karena jurnalis harus menjaga adab pada narasumber berita. Ada dua jenis narasumber, jika terlalu sibuk biasanya membalas lewat rekaman suara, ada juga yang mempunyai waktu luang pertanyaan-pertanyaan yang dikirim langsung dijawab dengan diketik.¹⁵⁷

b. Media Sosial Digunakan Jurnalis Untuk Berbagi Foto

Selain Whatsapp, jurnalis juga menggunakan Telegram untuk membantu proses

¹⁵⁷ Abdul Aziz, Wawancara, Surabaya, 8 Januari 2021

pencarian berita. Telegram digunakan untuk berkirim pesan kepada narasumber dan berkirim foto. Media sosial Telegram dinilai lebih unggul dalam hal fitur mengirim foto, karena kualitas gambar yang dikirim dari telegram dinilai lebih jernih dengan resolusi yang lebih baik dari pada media sosial lainnya.¹⁵⁸

3. Tahap Penulisan

a. Media Sosial Tidak Digunakan dalam Proses Penulisan Berita Keislaman

Setelah melalui proses pencarian berita, jurnalis Harian Umum Duta Masyarakat masuk ke tahap penulisan berita. Informasi tersebut pun diolah hingga menjadikan produk jurnalistik yang sesuai dengan apa yang didapatkan ketika meliput di lapangan dan bukan opini. Model penulisan berita dari Duta Masyarakat sekarang adalah semi in-dept.¹⁵⁹

Setiap hari, masing-masing jurnalis Duta Masyarakat baik lokal maupun nasional mendapatkan tugas untuk menyetorkan minimal tiga berita. Proses penulisan berita ini biasanya dilakukan pada sore hari.

Selain menulis naskah, jurnalis juga memilih foto yang akan dikirimkan ke redaktur. Jurnalis Duta Masyarakat mengirim naskah dan foto melalui email ke redaktur. Bisa juga langsung dikirim ke kantor redaksi secara konvensional. Namun dalam praktiknya, lebih

¹⁵⁸ Faizal Falakki, Wawancara, Surabaya, 8 Januari 2021

¹⁵⁹ Abdul Aziz, Wawancara, Surabaya, 8 Januari 2021

sering mengirim menggunakan teknologi email. Tugas jurnalis selesai ketika mengirim naskah dan foto ke redaktur. Lalu tulisan tersebut akan dilimpahkan ke editor untuk diedit.¹⁶⁰ Dalam proses penulisan berita keislaman ini, jurnalis Duta Masyarakat melakukannya secara manual atau tidak menggunakan media sosial.

4. Tahap Penyuntingan

a. Media Sosial Tidak Digunakan dalam Proses Penyuntingan Berita Keislaman

Tahap penyuntingan atau *editing* berita keislaman dimulai ketika tulisan-tulisan jurnalis telah dikirim ke email redaktur Duta Masyarakat. Pada media cetak ini, terdapat enam redaktur, diantaranya; satu redaktur pelaksana, dan lima redaktur di Duta Masyarakat. Redaktur-redaktur ini bertugas untuk menyunting berita yang masuk dari jurnalis. Dalam proses editing, redaktur mensortir dan memilah mana saja berita yang layak dan tidak layak untuk diterbitkan.

Deadline masing-masing jurnalis pun berbeda, untuk jurnalis daerah selain Surabaya, batas pengumpulan berita sekitar jam 5 sampai 6 sore. Sedangkan untuk jurnalis daerah Surabaya, pengumpulannya sekitar jam 7 dan maksimal jam 8 malam. Pada saat itu semua tulisan sudah harus masuk ke email redaktur.¹⁶¹

Dalam hal penyuntingan, Redaktur juga mempunyai tugas untuk menentukan berita mana

¹⁶⁰ Henoch Kurniawan, Wawancara, Surabaya, 11 Januari 2021

¹⁶¹ Mahrus Ali, Wawancara, Surabaya, 7 Januari 2021

yang akan ditempatkan pada halaman depan atau *headline*. Setelah melalui proses *editing*, selanjutnya adalah proses *layout* atau penataan letak tulisan dihalam Koran. Proses ini memakan waktu selama 1.5 jam. Setelah semua proses itu selesai, *file* Koran pun siap untuk dikirim ke percetakan. Setelah melalui proses yang panjang, Koran Duta Masyarakat pun dapat dibaca oleh seluruh masyarakat.

5. Opini Redaksi Harian Umum Duta Masyarakat terhadap Penggunaan Media Sosial dalam Produksi Berita Keislaman

Diakhir wawanacara dengan beberapa narasumber, peneliti bertanya bagaimana opini pribadi masing-masing jurnalis, redaktur dan pemimpin redaksi terkait penggunaan media sosial yang secara tidak langsung berdampak dalam beberapa tahap produksi berita keislaman di Duta Masyarakat.

a. Media Sosial Memudahkan Koordinasi Antara Jurnalis dengan Redaktur

Media sosial digunakan jurnalis untuk melakukan koordinasi antara redaktur dan jurnalis. Sekarang, jurnalis tidak perlu lagi pergi ke Kantor, ada Whatsapp Group yang digunakan sebagai komunikasi antara jurnalis dan redaktur Duta Masyarakat. Keberadaan grup online tersebut hanya digunakan pada proses pemberitaan karena berita bersifat teknis. Contohnya seperti koordinasi yang dilakukan redaktur untuk mengingatkan jurnalis agar segera mengirim tulisan. Namun jika ada rapat

tentang kebijakan baru dalam redaksi, maka dilakukan dengan tatap muka.¹⁶² Media sosial pun dinilai sangat membantu Duta Masyarakat dalam hal koordinasi apalagi pada musim pandemi covid-19 yang membatasi adanya interaksi secara langsung.¹⁶³

b. Media Sosial Sebagai Sarana Referensi Terkait Isu-Isu Terkini

Bagi Shopii, ide pencarian berita bisa berasal dari bermacam-macam sumber. Media sosial adalah salah satu sarana yang bisa digunakan sebagai referensinya. Sesuatu yang ada di media sosial bisa menjadi bagian dari ide berita. Namun, hal itu hanya untuk kejadian-kejadian atau sesuatu yang *viral* di masyarakat. Contohnya seperti salah satu akun media sosial masyarakat yang menyoroti sebuah fenomena sosial, yakni tumpukan sampah yang tidak diangkut. Selain itu, jurnalis juga dapat saling berbagi dan mendapat berita informasi dari grup-grup Whatsapp jurnalis di Gresik, bernama Pos Dewan, Pos Pemda, Pos Polres.¹⁶⁴

Untuk jurnalis politik seperti Aziz, media sosial dinilai berkontribusi secara positif sebagai sarana referensi terkait dengan isu-isu terkini.¹⁶⁵ Sedangkan bagi Eno yang merupakan jurnalis hukum, ia menilai peran dari media sosial maksimal hanya sekitar 30% saja, selebihnya

¹⁶² Abdul Aziz, Wawancara, Surabaya, 8 Januari 2021

¹⁶³ Mahrus Ali, Wawancara, Surabaya, 7 Januari 2021

¹⁶⁴ M. Shopii, Wawancara, Gresik, 11 Januari 2021

¹⁶⁵ Abdul Aziz, Wawancara, Surabaya, 8 Januari 2021

jurnalis lebih melakukan pengembangan di lapangan. Media sosial bisa dijadikan sebagai bahan dasar dari pengembangan agenda liputan jurnalis terkait pertanyaan yang akan jurnalis ajukan atau hal-hal baru.¹⁶⁶

Pemimpin Redaksi Duta Masyarakat, Mokhammad Kaiyis berpendapat bahwa menjadikan media sosial sebagai referensi awal berita merupakan bentuk dari upaya jurnalis dalam eksplorasi berita. Hal ini tidak hanya terjadi pada jurnalis namun pada kalangan redaktur juga. Kaiyis mengungkapkan alasan mengapa media sosial termasuk dalam hal yang perlu diamati oleh awak medianya karena Ia ingin jurnalis Duta Masyarakat mengikuti perkembangan berita. Kaiyis juga mengaku pernah kecolongan sebuah berita yang luput untuk diliput oleh jurnalis Duta Masyarakat. Jadi, kegunaan media sosial salah satunya adalah agar dapat meng-*cover* wilayah lokal Surabaya, Nasional, dan daerah-daerah lainnya.

Tidak hanya itu, Kaiyis pun mengungkapkan bahwa berita yang jurnalis dapatkan di media sosial akan dikembalikan ke media sosial. Duta Masyarakat tidak hanya mengambil atau mendapatkan ide berita dari media sosial, namun juga akan memberi pengaruh ke media sosial. Duta sebagai produk media cetak juga akan masuk ke media sosial. Dengan adanya Duta.co, Duta Masyarakat memiliki peran di media sosial. Website Duta.co

¹⁶⁶ Henoch Kurniawan, Wawancara, Surabaya, 11 Januari 2021

pun telah terkoneksi dengan media sosial seperti Facebook, Twitter, Instagram, dan Youtube. Kaiyis merasa apa yang dilakukan Duta Masyarakat ini juga dilakukan oleh media-media mainstream lainnya, seperti, Tempo, Jawapos, dan Koran lainnya.¹⁶⁷

c. Tidak Semua Informasi di Media Sosial Bisa Menjadi Berita

Media sosial dapat dinilai negatif apabila sesuatu yang disampaikan merupakan hal yang tidak benar, atau bahkan menyesatkan. Hal ini dapat terjadi karena saat ini siapapun orangnya bisa membuat konten atau mengunggah sesuatu melalui akun pribadinya. Selain itu, banyak informasi-informasi hoaks atau palsu yang tersebar di media sosial yang tidak dapat dikendalikan.¹⁶⁸

Jurnalisme warga merupakan salah satu faktor yang membuat seseorang harus berhati-hati di media sosial. Menurut Burns salah satu karakteristik Jurnalisme warga yaitu “*Pro-Am*” *Journalism*, atau profesional amatir yang melakukan sesuatu dengan kurang baik.¹⁶⁹ Selain melaporkan peristiwa, karakteristik dari jurnalisme warga adalah memberikan komentar atas informasi peristiwa yang disebarluaskan.¹⁷⁰

¹⁶⁷ Mokhammad Kaiyis, wawancara, Surabaya, 12 Januari 2021

¹⁶⁸ Abdul Aziz, Wawancara, Surabaya, 8 Januari 2021

¹⁶⁹ Axel Burns, *News Prodisage in a Pro-Am Mediaspere: Why Citizen Journalism Matters*, (London: Palgrave Macmillan, 2010), 7-8

¹⁷⁰ Zuckerman, E. *Citizen media and the Kenyan electoral crisis*. In S. Allan & E. Thorsen (eds.), *Citizen Journalism: Global Perspectives*. New York, NY: Peter Lang, 2009.

Ini menyebabkan jurnalis profesional wajib melakukan verifikasi untuk mendapatkan hasil berita yang lebih akurat.

Mahrus Ali, Redaktur Daerah Duta Masyarakat menegaskan bahwa konten yang ada di media sosial tidak bisa dipertanggung jawabkan. Jurnalis Duta Masyarakat wajib untuk tetap melakukan liputan kembali, melalui wawancara kepada pihak-pihak yang berwenang. Contohnya, jika jurnalis mengetahui kejadian dari Twitter, jurnalis wajib melakukan konfirmasi. Media sosial tidak bisa dijadikan sebagai rujukan utama sebuah berita, melainkan sebagai informasi awal yang kemudian ditindak lanjuti kepada pihak yang kompeten atau berwenang dalam peristiwa tersebut. Sebab jika hanya percaya berdasarkan apa yang ada di media sosial, maka akibatnya sangat fatal.¹⁷¹

Senada dengan Ali, Pemimpin Redaksi Muhammad Kaiyis juga mengatakan bahwa tidak mungkin jika jurnalis menulis berita hanya berdasarkan media sosial. Sebab dalam media sosial terdapat banyak sampah dan hoaks. Jurnalis-jurnalis Duta Masyarakat dituntut untuk lebih profesional dalam melihat informasi-informasi itu, karena tidak semua yang di media sosial layak untuk diangkat menjadi berita. Namun, informasi tersebut bisa menjadi sumber awal.¹⁷²

¹⁷¹ Mahrus Ali, Wawancara, Surabaya, 7 Januari 2021

¹⁷² Mokhammad Kaiyis, wawancara, Surabaya, 12 Januari 2021

d. Kompetensi Jurnalis Tetap yang Utama

Faizal, Jurnalis daerah Surabaya yang sehari-harinya meliput dibagian politik, menilai bahwa media sosial tidak valid dan tidak kompeten untuk serta-merta dijadikan berita. Perlu adanya verifikasi dan validasi dari jurnalis selaku orang yang ahli dalam bidang jurnalistik. Sebab tidak semua orang bisa menjadi jurnalis. Tidak semua pengguna media sosial mengetahui bagaimana sesuatu yang mereka unggah di akun pribadinya itu bisa dinilai sebagai berita.

Jurnalislah yang bertugas untuk mempertimbangkan apakah sebuah informasi itu bisa diangkat menjadi berita. Nilai-nilai berita dan validitas sumbernya pun tidak bisa dipastikan. Sangat berbeda dengan cara kerja jurnalis. Jurnalis profesional-lah yang dinilai mampu untuk memproses informasi tersebut menjadi berita. sebab syarat untuk menjadi seorang jurnalis, ada banyak proses yang harus dilalui, seperti; sekolah jurnalis, sertifikasi jurnalis. Pekerjaan ini pun dilindungi oleh undang-undang. Selain itu, jurnalis juga terikat dengan kode etik jurnalistik, sehingga ada aturan mengikat yang tidak bisa dilanggar oleh jurnalis.¹⁷³

Dalam meliput sebuah berita, semua sumber informasi harus jurnalis gali. Shopii, jurnalis daerah Gresik berpendapat bahwa media sosial tidak bisa menjadi satu-satunya tumpuan, karena media sosial hanya membantu

¹⁷³ Faizal Falakki, wawancara, Surabaya, 8 Januari 2021

keterbatasan jurnalis yang tidak mengetahui informasi berita, dan mereka yang dekat di lokasi kejadian mengunggah hal tersebut. Shopii juga menegaskan bahwa media sosial tidak bisa menjadi acuan, sebab SDM (Sumber Daya Manusia) dari jurnalis sendiri yang sangat diperlukan. Jurnalis harus peka terhadap peristiwa. Jurnalis tidak bisa jika hanya menunggu adanya kejadian.

“Ketika jurnalis ditanya, beritamu apa? dan dijawab tidak ada berita, maka mungkin karena *basic*-nya masih sangat rendah, tidak memahami dan menerapkan nilai-nilai berita. Sehingga dia hanya menunggu. Seharusnya dari sembilan nilai berita itu dia tahu harus melakukan apa. Media sosial itu sumber awal, kompetensi setiap jurnalis itu yang penting.”¹⁷⁴

Lebih jelas lagi Shopii menjelaskan bahwa kerangka berfikir dan pengalaman seorang jurnalis menjadi modal yang utama dalam membuat berita. Semakin banyak kedua hal tersebut dikembangkan, maka semakin banyak ide yang bisa dimunculkan. Jadi, dalam proses produksi berita jurnalis tidak selalu harus menunggu, namun harus menciptakannya sendiri. Contohnya ketika meliput didesk politik pemerintahan, jurnalis harus memiliki manajemen redaksional yang baik. Setiap malam setelah deadline tulisan hari itu selesai, jurnalis

¹⁷⁴ M. Shopii, Wawancara, Gresik, 11 Januari 2021

sudah memiliki rencana berita untuk esok hari. Jadi sudah terkonsep dan pada pagi hari jurnalis dapat segera meliput berita dan menunggu kejadian yang insidental.

Bagi Eno, jurnalis yang sehari-hari bertugas meliput di hukum, ia tiap hari harus bersinggungan dengan pengadilan, kejaksaan, dan kemenkumham. Eno lebih memilih liputan secara langsung dan menggunakan media sosial hanya sebesar 25% hingga 30% saja. Sehingga ia harus benar-benar mengandalkan kemampuan observasi lapangannya.

Tentang ide berita yang akan ia liput, biasanya ia memiliki agenda atau catatan tersendiri. Agenda itu ia kumpulkan berdasarkan arsip-arsip berita yang pernah ditulis oleh bagian kriminal sebelumnya. Contohnya adalah jika hari ini ada ungkap kasus atau tangkapan besar yang menarik perhatian publik, seiring berjalannya waktu akan memasuki tahapan jaksa maupun pengadilan. Dari arsip-arsip berita kriminal itu, jurnalis bisa mengagendakan ide berita apa yang akan diliput. Selain itu, Eno juga mendapatkan berita-berita berdasarkan terjun langsung ke pengadilan dengan mengikuti sidang yang sedang digelar. Jurnalis di desk hukum dituntut untuk lebih inovatif dan mampu mengembangkan hal-hal baru terkait perkembangan berita-berita.¹⁷⁵

¹⁷⁵ Henoch Kurniawan, Wawancara, Surabaya, 11 Januari 2021

C. Interpretasi Teoretik

1. Perspektif Teori

Pada era digital ini, penggunaan media sosial dalam kehidupan sehari-hari merupakan hal yang biasa. Begitu juga dengan beberapa jurnalis Duta Masyarakat yang memanfaatkan media sosial dalam prosesnya memproduksi berita. Hal ini sesuai dengan survey yang pernah dilakukan oleh Maverick tentang penggunaan media sosial oleh jurnalis menunjukkan bahwa tingkat penggunaan internet oleh jurnalis rata-rata tergolong tinggi.¹⁷⁶

Dari hasil penyajian data yang telah peneliti tulis di atas, menunjukkan bahwa media sosial berperan bagi jurnalis Duta Masyarakat dalam proses produksi beritanya. Proses produksi berita yang meliputi perencanaan, pencarian, penulisan dan penyuntingan didukung dengan adanya media sosial. Dalam hal ini media sosial digunakan untuk memantau informasi, mencari referensi berita, mencari *angle* yang berbeda, sebagai sumber berita, dan digunakan untuk mewawancarai narasumber.

Romli dalam bukunya berjudul *Jurnalistik Praktis* mengatakan bahwa dalam meliput peristiwa, jurnalis perlu memperhatikan empat hal. Pertama Kode Etik Jurnalistik (KEJ) atau Kode Etik Wartawan Indonesia (KEWI), kedua kejujuran,

¹⁷⁶ Tim Maverick, *Penggunaan Social Media Oleh Jurnalis*, Laporan Hasil Penelitian Bersama Program Studi Ilmu Komunikasi Universitas Paramadina, Jakarta, 2013, 8

ketiga *cover both side*, dan keempat cek dan ricek atau verifikasi.¹⁷⁷

Dalam praktiknya sehari-hari keempat hal tersebut telah dilakukan oleh jurnalis Duta Masyarakat. Jurnalis Duta Masyarakat selalu menerapkan KEJ maupun KEWI dengan baik ketika meliput berita. Dalam menulis berita pun, jika jurnalis Duta Masyarakat mengambil sumber melalui salah satu akun media sosial, mereka dengan jujur akan menuliskan pada beritanya dari mana mereka mendapatkan sumbernya.

Adanya citizen journalism atau jurnalisme warga yang sering mengunggah konten di media sosial merupakan fakta penting yang diwaspadai oleh jurnalis. Karena jurnalisme warga mempunyai karakteristik “*Pro-Am*” *Journalism* yang menggabungkan antara profesional dan amatir ketika melakukan sesuatu.¹⁷⁸ Selain melaporkan peristiwa, karakteristik dari jurnalisme warga juga memberikan komentar atas informasi peristiwa yang disebarluaskan.¹⁷⁹ Hal ini lah yang menyebabkan jurnalis Duta Masyarakat wajib melakukan verifikasi untuk mendapatkan hasil berita yang lebih akurat lewat pihak-pihak yang berkompeten dalam hal tersebut.

¹⁷⁷ Asep Syamsul M. Romli, *Jurnalistik Praktis Untuk Pemula Edisi Revisi*, (Remaja Rosdakarya: Bandung, 2014), 9

¹⁷⁸ Axel Burns, *News Produsage in a Pro-Am Mediasphere: Why Citizen Journalism Matters*, (London: Palgrave Macmillan, 2010), 7-8

¹⁷⁹ Zuckerman, E. *Citizen media and the Kenyan electoral crisis*. In S. Allan & E. Thorsen (eds.), *Citizen Journalism: Global Perspectives*. New York, NY: Peter Lang, 2009.

Sebelum sebuah informasi itu dibagikan, informasi tersebut harus melalui proses saring terlebih dahulu sebelum *sharing*. Caranya adalah dengan membaca seluruh isi konten yang diunggah secara keseluruhan. Tidak bisa hanya dengan membacanya sekilas. Sebab dengan menjadikan konten yang tidak benar itu sebagai berita, maka jurnalis secara tidak sengaja juga ikut menyebarkan berita yang tidak benar dan berpotensi menyebabkan kepanikan dan ketakutan dikalangan masyarakat.¹⁸⁰

Maverick dalam penelitiannya tentang Penggunaan Social Media Oleh Jurnalis mengungkapkan bahwa jurnalis mengiyakan bahwa media sosial tidak menjadi satu-satunya sumber informasi, dan hanya mereka tempatkan sebagai supporting.¹⁸¹ Hal ini senada dengan anggapan jurnalis Duta Masyarakat bahwa media sosial hanya membantu keterbatasan jurnalis yang tidak mengetahui informasi berita dan yang paling penting adalah skill dari jurnalis itu sendiri dalam mencari dan mengolah berita.

2. Perspektif Islam

Penggunaan media sosial dalam proses jurnalistik di media cetak Duta Masyarakat dilakukan dengan sangat hati-hati. Para Jurnalis Duta Masyarakat sadar betul tidak semua informasi yang ada di media sosial benar. Oleh karena itu ketika

¹⁸⁰ Abdul Aziz, Wawancara, Surabaya, 8 Januari 2021

¹⁸¹ Tim Maverick, *Penggunaan Social Media Oleh Jurnalis*, Laporan Hasil Penelitian Bersama Program Studi Ilmu Komunikasi Universitas Paramadina, Jakarta, 2013, 15

menerima bermacam-macam informasi, mereka selalu memilah dan melakukan verifikasi lebih lanjut. Jurnalis Duta Masyarakat wajib melakukan wawanacara kepada pihak-pihak yang berwenang dan sesuai dengan informasi yang dibutuhkan.

Samantho dalam buku jurnalistik Islam juga mengatakan bahwa peran dan tugas para jurnalis Islam salah satunya adalah melakukan seleksi, filterisasi, dan *check and recheck (tabayyun)* untuk menghadapi berbagai informasi yang ada dan sebagai pelindung umat Islam dari pengaruh buruk informasi (*fitnah*).¹⁸²

Selain verifikasi, kejujuran merupakan faktor yang penting. Allah dan Rasulnya telah memerintahkan untuk berbuat jujur dan melarang semua orang mukallaf untuk perbuatan bohong, maka lebih-lebih kaum jurnalis. Peralnya, kebohongan dari orang biasa, meski mengandung pula bahaya dan dampak negatif, namun kebohongan yang berasal dari seorang jurnalis tentu bahayanya lebih besar dan luas.¹⁸³

Kejujuran telah dilakukan oleh jurnalis Duta Masyarakat jika jurnalis mengambil konten media sosial sebagai sumber berita. Dalam praktiknya, mereka selalu mencantumkan nama akun yang mereka kutip dalam tulisannya.

Dengan memanfaatkan media sosial dalam produksi berita maka jurnalis sebagai tenaga

¹⁸² Ahmad Y. Samanatho, *Jurnalistik Islami: Panduan Praktis bagi Para Aktivistis Muslim*, (Jakarta: Harakah, 2002), 66-75

¹⁸³ Faris Khoirul Anam, *Fikih Media Sosial, Cerdas Berbagi Informasi*, 2019, 59-60

profesional juga membantu masyarakat untuk mengetahui kebenaran dari suatu informasi yang tersebar secara cepat di media sosial. Dalam hal inilah penting adanya langkah *tabayyun* atau verifikasi ketika menghadapi suatu informasi dan berita, sebab berita adalah kumpulan informasi yang merupakan sesuatu yang bersifat aktual, faktual dan memiliki tujuan untuk kebaikan orang banyak.¹⁸⁴

¹⁸⁴ Mawardi Siregar, *Tafsir Tematik Tentang Seleksi Informasi*. Jurnal At-Tibyan, Vol. 2 No.1 tahun 2017, 162-163

BAB V

PENUTUP

A. Simpulan

Berdasarkan penyajian data dan hasil penelitian yang telah peneliti kemukakan diatas, peneliti dapat menarik kesimpulan untuk penelitian ini sebagai berikut:

1. Jenis media sosial yang digunakan oleh wartawan Duta Masyarakat adalah media sosial yang populer dan mempunyai jumlah pengguna yang paling banyak di Indonesia, yakni Twitter, Facebook, dan Instagram. Selain itu wartawan juga mengakses informasi lewat *website* media online yang dinilai kredibel seperti Tempo.co, Kompas.com, dan Detik.com.
2. Pertimbangan jurnalis Duta Masyarakat menggunakan media sosial sebagai sumber berita adalah media sosial menyimpan banyak informasi, menjangkau informasi yang tidak jarang terlewat oleh wartawan.
3. Para jurnalis Duta Masyarakat memanfaatkan media sosial dalam produksi berita pada tahap perencanaan dan peliputan berita. Dalam tahap perencanaan berita media sosial digunakan untuk memantau informasi, sebagai referensi awal berita, menentukan *angle* berita, dan sebagai sumber berita. Sedangkan dalam tahap peliputan, wartawan Duta masyarakat

menggunakan media sosial untuk mewawancarai dan saling berbagi foto dengan narasumber.

B. Rekomendasi

Dari peneitian yang telah dilakukan, peneliti ingin memberikan masukan dan saran agar ada yang bisa diperbaiki dimasa depan:

1. Baik Wartawan, Redaktur dan Pemimpin Redaksi harus lebih aktif memanfaatkan media sosial untuk memperkaya informasi dan dapat menyajikan berita yang lebih beda dari media cetak lainnya.
2. Wartawan yang mengambil sumber berita dari media sosial hendaknya selalu berhati-hati dan tetap berusaha melakukan verifikasi secara langsung ke lapangan.
3. Duta Masyarakat diharapkan lebih mengoptimalkan website duta.co agar lebih aktif untuk mengunggah e-paper dengan rutin setiap harinya, dan memanfaatkan media sosial lain yang dimiliki untuk memublikasikan berita sehingga mempunyai pembaca yang lebih banyak.
4. Pada penelitian selanjutnya, peneliti berharap untuk bisa lebih mengembangkan tema hubungan antara media sosial dan proses produksi berita. Sudut pandang yang diambil bisa dengan membandingkan antara penggunaan media sosial pada produksi berita di media cetak, media elektronik, dan media online. Penelitian selanjutnya bisa juga menggunakan metode yang berbeda seperti metode penelitian

kuantitatif sehingga lebih bisa memperlihatkan sudut pandang melalui hasil survei.

C. Keterbatasan Penelitian

Dalam proses perjalanan penelitian ini, peneliti merasa telah berusaha dengan sebaik mungkin. Namun ada beberapa hal yang menghambat dalam penyelesaian penelitian ini, yaitu:

1. Sulitnya memperoleh referensi dikarenakan pandemi covid 19 sehingga peneliti hanya bisa mengakses buku-buku dan jurnal online atau membelinya langsung.
2. Ada beberapa narasumber yang dinilai lebih sering menggunakan media sosial dalam produksi beritanya namun tidak dapat diwawancarai oleh penulis.
3. Peneliti kurang bisa mengelola waktu dengan benar dan beberapa persoalan pribadi peneliti yang secara tidak langsung menghambat dalam menyelesaikan penelitian ini. Sehingga penelitian ini selesai jauh dari target awal yang telah ditetapkan.

DAFTAR PUSTAKA

Buku

- A. M. Dewabrata, *Kalimat Jurnalistik*, (Jakarta: Kompas, 2010)
- A. Muis, *Media Massa Islam dan Era Informasi*, (Jakarta: Pustaka Panjimas, 1989)
- Abdul Manan, *Laporan Tahunan AJI 2018: Ancaman Baru dari Digital*, (Jakarta: AJI, 2018)
- Ahmad Y. Samanatho, *Jurnalistik Islami: Panduan Praktis bagi Para Aktivis Muslim*, (Jakarta: Harakah, 2002)
- Ahmad Zaini, *Dinamika Pers Nahdlatul Ulama (NU) (Studi Sejarah dan Perkembangan Harian Umum Duta Masyarakat Tahun 1954-2016 M)*, Skripsi Jurusan Sejarah Peradaban Islam Fakultas Adab dan Humaniora UIN Sunan Ampel Surabaya, 2017
- Akintola, dkk. *Usage of Whatsapp as a social media Platform among Undergraduates in Kwara State*. Nigerian Journal of Educational Technology, 1, 2016
- Anang Sujoko, Galuh Pandu Larasati, *Intervensi Media Sosial dalam Pergeseran Aktivitas Jurnalistik Online di Malang*, Jurnal Komunikasi Islam, Vol. 07 Nomor 02, Desember 2017,
- Andi Chairiza Bahrun, *Analisis Berita Politik Pilkada Gowa 2015 pada Rubrik Citizen Reporter Portal Berita Online WWW.Gosulsel.com (Suatu Studi tentang Jurnalisme Warga dari Perspektif Kelengkapan Berita)*, KAREBA Jurnal Ilmu Komunikasi Vol. 8 No. 1 Januari-Juni, 2019

- Anton Ramdan, *Jurnalistik Islam*, (Shahara Digital Publishing, 2017)
- Apriadi Tamburaka, *Literasi Media, Cerdas Bermedia Khalayak Media Massa*, (Jakarta: Raja Grafindo Media, 2013)
- Arsyad Nuzul Hikmat, Anis Masruri, *Verifikasi Informasi dan Ancaman Penyebar Hoax Menurut Q:S Al-Hujurat & An-Nur*, Tadwin: Jurnal Ilmu Perpustakaan dan Informasi, Vol. 1 (1) 2020
- Asep Syamsul A. Romli, *Jurnalistik Praktis Untuk Pemula*, (Bandung: Remaja Rosdakarya, 2014)
- Asep Syamsul M. Romli, *Jurnalistik Dakwah Visi dan Misi Dakwah Bil-Qolam*, (Bandung: PT Remaja Rosdakarya, 2003)
- Asep Syamsul M. Romli, *Jurnlaistik Online: Panduan Mengelola Media Online*, (Bandung: Nuansa Cendekia, 2018)
- Axel Burns, *News Prodsage in a Pro-Am Mediaspere: Why Citizen Journalism Matters*, (London: Palgrave Macmillan, 2010)
- Burhan Bungin, *Analisis Data Penelitian Kualitatif: Pemahaman Filosofis dan Metologis ke Arah Penguasaan Model Aplikasi*, (Jakarta: Raja Grafindo Persada, 2003)
- Christian Fuchs, *Social Media: A Critical Introduction*, (Los Angeles: SAGE, 2014)
- Cui X & Liu Y, *How Does Online News Curate Linked*

- Sources? A Content Analysis of Three Online News Media*, Journalism: 2016, 18
- Daryl L/ Frazel, George Tuck, *Principles of Editing: A Comprehensive Guide for Students and Journalists*. (McGraw-Hill, 1996)
- Deddy Mulyana, *Metodologi Penelitian Kualitatif*, (Bandung: Remaja Rosdakarya, 2008)
- Dedy Djamaluddin Malik, *Peranan Pers Islam di Era Informasi*, (Jakarta: Pustaka Panjimas, 1984)
- Denis McQuail, *Teori Komunikasi Massa*, (Jakarta: Erlangga, 2003)
- Departemen Pendidikan Nasional Republik Indonesia, *Kamus Besar Bahasa Indonesia*, (Jakarta: Balai Pustaka, 2002)
- Diah Handayani, *Peran Jurnalisme Warga (Citizen Journalism) Berbasis Santri Sebagai Penyeimbang Komunikasi Keagamaan Lokal Kediri*, Mediakita Vol. 1 No. 2 Juli 2017
- Diana Bossio. *Journalism and social media: Practitioners, organisations and institutions*. (Springer, 2017)
- Dja'far Husin Assegaf, *Jurnalistik Masa Kini*, (Jakarta: Ghalia Indonesia, 1983)
- Duta Masyarakat Edisi Tanggal 1, 4, 6, 8 November 1965.
- Efthymios Constantinides, *Higher education marketing: A study on the impact of social media on study selection and university choice*. International Journal of Technology and Education Marketing, 2, 2014
- Emha Ainun Najib, *"Pers Islam Antara Ideologi, Oplag, dan*

- Kualitas Hidup*". Majalah Sahid, Edisi 08 Desember 1991
- Evans Dave, *Social Media Marketing An Hour A Day*, (Canada: Wiley Publishing Inc, 2008)
- Faris Khoirul Anam, *Fikih Media Sosial, Cerdas Berbagi Informasi*, 2019,
- Fenny Theresia, Bungsuji, Barnas Rasmana, *Jurnalistik Dasar Untuk Pemula*, (Yogyakarta: Pen Fighters, 2020),
- Fleming, Carole, Emma Hemmingway, Gillian Moore & Dave Welford. *An Introduction to Journalism*. (London: Sage Publications, 2006)
- Giovanni Cesaero, *From the "Work of Consumption" to the "Work of Prosumers"*, *The Handbook of Political Economy of Communications*, West Sussex: Wiley Blackwell, 2011
- Graham Mudrock, *Blindspot about Western Marxism; a Reply To Dallas Smythe*, *Canadian Journal of Political and Social Theory*, Vol. 2, No. 2, 1978,
- Harold D. Laswell, *Politics: Who Gets What, When, How*, (New York: The World Publishing Company)
- Herbert Feith, *Pemilihan Umum 1955 di Indonesia, terj Nugroho Katjasungkana et al*, (Jakarta: KPG, 1999)
- Hikma Kusumaningrat, Purnama Kusumaningrat, *Jurnalistik: Teori & Praktik*, (Bandung: Remaja Rosdakarya, 2012)
- Ignatius Haryanto, *Jurnalisme Era Digital: Tantangan Industri Media Abad 21. Edisi I*. (Jakarta: Penerbit Buku Kompas, 2014)
- Jennifer Alejandro, *Journalism in the age of Social Media*.

- Reuters Institute Fellowship Paper, University of Oxford, 2010
- J. R. Raco, *Metode Penelitian Kualitatif Jenis, Karakteristik, dan Keunggulannya*, (Jakarta: Grasindo, 2010)
- Khomsahrial Romli, *Komunikasi Masa*, (Jakarta: Kompas Gramedia, 2016)
- Kompas. *Standar Kaidah Jurnalistik Tetap Perlu*, *Surat Kabar Harian "Kompas"* 2017, Maret 30, 12
- Kustadi Suhandang, *Pengantar Jurnalis, Seputar Organisasi, Produk dan Kode Etik*, (Bandung: Nuansa Cendekia, 2016)
- Lexy J. Moleong, *Metodologi Penelitian Kualitatif*, (Bandung: Remaja Rosdakarya, 2008)
- Lilik Sujiansyah, *Peran Surat Kabar Duta Masyarakat Dalam Menolak Pemakzulan Presiden Kh. Abdurrahman Wahid Tahun 2001*, Skripsi Prodi Sejarah Peradaban Islam Fakultas Adab dan Humaniora UIN Sunan Ampel Surabaya
- Luluk Fikri Zuhriyah, *Metode Penelitian Kualitatif*, (Surabaya: Revka Petra Media, 2012)
- M. Djunaidi Ghony, Fauzan Almansur, *Metodologi Penelitian Kualitatif edisi revisi*, (Jogjakarta: Ar-Ruzz Media, 2017)
- M. Imam Aziz, et al, "Duta Masyarakat", *Ensiklopedia Nahdlatul Ulama; Sejarah Tokoh dan Khazanah Pesantren*, Jilid 3 (Jakarta: PBNU dan Mata Bangsa, 2014)
- Mawardi Siregar, *Tafsir Tematik Tentang Seleksi Informasi*.

- Jurnal At-Tibyan, Vol. 2 No.1 tahun 2017
- Mike Ward, *Journalism Online*. (Great Britain: Focal Press, 2002),
- Moch. Nunung Kurniawan, *Jurnalisme Warga di Indonesia Prospek dan Tantangannya*, Jurnal MAKARA, Sosial Humaniora, Vol. 11, No. 2, Desember 2007
- Mohammad Fajri Dwi Anugrah, *Strategi Manajemen Redaksional dan Manajemen Periklanan Beritagar.Id Sebagai Situs Berita Berbasis Kurasi di Indonesia*. Skripsi Ilmu Komunikasi. (Yogyakarta: Universitas Islam Indonesia, 2017)
- Muhammad Rohmadi, *Jurnalistik Media Cetak*, (Surakarta: Cakrawala Media, 2011)
- Mushaf Al-Azhar Al-Qur'an dan Terjemahan* (Bandung: Jabal, 2010)
- Nela Widiastuti, *Berita Viral di Media Sosial Sebagai Sumber Informasi Media Massa Konvensional*, Jurnal Digital Media & Relationship (JDMR) Volume 1 No. 1 Desember 2019
- Noeng Muhajir, *Metode Penelitian Kualitatif*, (Yogyakarta: Rake Sarasia, 1996)
- Norman K. Denzin, Yvonna S. Lincoln, *Strategies of Qualitative Inquiry*, (New Delhi: Sage Publication, 1998)
- Ova Adelia, Skripsi: “*Penggunaan Media Sosial oleh Wartawan Jawa Pos Radar Semarang dalam Pembuatan Berita*”, (Semarang: Universitas Diponegoro, 2019)

- Redaksi, “Memenuhi Tugas Pembawa Amanat”, *Harian Pagi Duta Masyarakat* (1 Desember 1960),
- Reni Nuryanti, et, al. *Sabda Pers Kebangsaan (1907-2007)*, (Yogyakarta: I:BOEKOE, 2007)
- Rulam Ahmadi, *Metodologi Penelitian Kualitatif*, (Yogyakarta: Ar-Ruzz Media, 2014)
- Rulli Nasrullah, *Media Sosial Perspektif Komunikasi, Budaya, dan Siosioteknologi*, (Bandung: Simbiosis Rekatama Media, 2018)
- Rulli Nasrullah, *Teori & Riset Media Siber*, (Jakarta: Kencana, 2016)
- Sofjan Assauri, *Manajemen Produksi dan Operas Edisi Revisi*, (Jakarta:Lembaga Penerbit Fakultas Ekonomi Bisnis Universitas Indonesia, 2008)
- Stuart Allan, Einar Thorsen, *Citizen Journalism, A Global Perspectives*, (New York: Peter Lang Publishing, 2009)
- Subandi, *Deskriptif Kualitatif Sebagai Satu Metode dalam Pertunjukan*, *Jurnal “Harmonia”* Vol. 11 No. 2 Th. 2011
- Sudarman Danim, *Menjadi Peneliti Kualitatif*, (Bandung: Pustaka Setia, 2002)
- Suf Kasman, *Jurnalistik Universal: Menelusuri Prinsip-Prinsip Da’wah Bi Al-Qalam dalam Al-Qur’an*, (Jakarta: Terajut, 2004)
- Sugiyono, *Metode Penelitian Kombinasi (Mixed Methods)*, (Bandung: Alfabeta, 2017)
- Sugiyono, *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R dan D*, (Bandung: Alfabeta, 2009)

- Suharsimi Arikunto, *Prosedur Penelitian*, (Jakarta: Rineka Cipta, 2006)
- Syarifudin Yunus, *Jurnalistik Terapan*, (Bogor: Ghalia Indonesia, 2010),
- T & M. Sjureich Sjahril, *Garis Besar Perkembangan Pers Indonesia* (Djakarta: SPS (Serikat Penerbit Surat kabar) Pusat, 1971)
- Tim Maverick, *Penggunaan Social Media oleh Jurnalis*, Laporan Hasil Penelitian Bersama Program Studi Ilmu Komunikasi Universitas Paramadina, Jakarta, 2013
- Wardi Bachtiar, *Metodologi Penelitian Ilmu Dakwah*, (Jakarta: Logos, 1997)
- Yochai Benkler, *Sharing Nicely, In the Social Media Reader*, (New York: New York University Press)
- Zuckerman, E. *Citizen media and the Kenyan electoral crisis*. In S. Allan & E. Thorsen (eds.), *Citizen Journalism: Global Perspectives*. New York, NY: Peter Lang, 2009.

Website:

- Al-Qur'an Kementerian Agama, Surat Ali Imran (3) ayat 104 diakses dari <https://quran.kemenag.go.id/sura/3/104> pada tanggal 20 Maret 2021
- Andi Dwi Riyanto, *Hootsuite (We Are Social): Indonesian Digital Report 2020* diakses dari <https://andi.link/hootsuite-we-are-social-indonesian-digital-report-2020/> pada tanggal 29 September 2020
- Asep Syamsul M. Romli, *Reportase Jurnalistik: Pengertian*,

- Teknik, dan Contoh* diakses dari <https://www.google.com/amp/s/romeltea.com/reportase-pengertian-teknik-dan-contoh/amp/> pada tanggal 11 Oktober 2020
- Duta.co, *Tentang Kami*, diakses pada Januari 2021 melalui <https://duta.co/tentang-kami#>
- Hairus Salim, *Duta Masyarakat*, dalam NU Online, 2012, diakses dari <https://www.nu.or.id/post/read/39996/duta-masyarakat> pada Januari 2021
- Maverick, *Indonesian Journalists Technographic Report 2012-2013*. Diakses dari <http://old.maverick.co.id/47-of-indonesian-journalists-are-active-contributors-in-social-media-technographics-survey-report-2013/> pada tanggal 30 Oktober 2020
- Rich Brooks, *How Social Media Helps Journalists Break News*, 2011, diakses dari <https://www.socialmediaexaminer.com/how-social-media-helps-journalists-break-news/> pada 16 Februari 2021
- Simon Kemp, *Special Repotrs Digital 2020: 3.8 Bilion People Use Social Media* diakses dari <https://wearesocial.com/blog/2020/01/digital-2020-3-8-billion-use-social-media> pada 29 September 2020
- Sunil Saxena, *Social Media can be Organized in 6 clear Categories*, 2014, diakses dari <http://www.easymedia.in/social-media-can-be-organized-6-clear-categories/> pada 30 September 2020
- Survey Nielsen Media Cetak Lebih Dipercaya, diakses dari

<https://nasional.sindonews.com/berita/1263614/15survei-nielsen-media-cetak-lebih-dipercaya> pada 10 Juli 2020, pukul 08.14

Uni Lubis, *Interaksi Jurnalis dan Media Sosial*, diakses dari <http://unilubis.com/2012/02/21/interkasi-jurnalis-dan-media-sosial/> pada Maret 2020

Wawancara:

Abdul Aziz, Surabaya, 8 Januari 2021

Faizal Falakki, Surabaya, 8 Januari 2021

Henoch Kurniawan, Surabaya, 11 Januari 2021

M. Shopii, Gresik, 11 Januari 2021

Mahrus Ali, Surabaya, 7 Januari 2021

Mohammad Kaiyis, Surabaya, 12 Januari 2021.