

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Penelitian

Pada zaman sekarang berbagai berita dapat muncul dengan begitu cepat bahkan tanpa diketahui dari mana asal dan siapa pembuat berita. Sehingga pada saat ini seringkali terdengar kata “hoax” yaitu berita bohong atau berita yang tidak jelas akan kebenarannya. Dengan berbagai wadah dalam menyalurkan berita maka suatu berita akan sulit untuk diketahui kebenarannya. Hal ini telah dijelaskan dalam firman Allah SWT dalam surah Al Hujurat ayat 6 yang mengatakan :

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

“Hai orang-orang yang beriman, jika datang kepadamu orang fasik membawa suatu berita, maka periksalah dengan teliti, agar kamu tidak menimpakan suatu musibah kepada suatu kaum tanpa mengetahui keadaannya yang menyebabkan kamu menyesal atas perbuatanmu itu”.
[Al Hujurat : 6].

Dengan diturunkan ayat tersebut maka sebagai umat islam harus menganalisa bagaimana berita tersebut ditambah dengan perkembangan teknologi pada saat ini sangat berkembang pesat termasuk juga pada bidang teknologi media informasi yaitu media saat ini tidak hanya menggunakan media seperti Koran, televisi dan radio saja, namun saat ini dengan kemajuan pesat internet membuat media online juga semakin berkembang pesat dan membuat suatu berita akan mudah disebarluaskan dengan adanya internet.

Internet menjadi pilihan karena internet memiliki banyak kemudahan seperti kemudahan untuk memberikan dan mendapatkan informasi melalui internet. Dalam hasil survey yang dilakukan oleh APJII (Asosiasi Penyelenggara Jasa Internet Indonesia) menyatakan bahwa pengguna internet di Indonesia mencapai 132,7 juta pengguna. Hal tersebut membuat saat ini masyarakat Indonesia lebih memilih menggunakan internet dengan alasan berbagai kemudahan yang dimilikinya. Menurut APJII (Asosiasi Penyelenggara Jasa Internet Indonesia) pengguna internet di Indonesia saat ini didominasi oleh hiburan dan media sosial. Media sosial saat ini sedang ramai diminati oleh masyarakat dengan berbagai fitur yang diberikan oleh berbagai aplikasi media sosial membuat banyak orang beralih menggunakan media sosial sebagai media komunikasi. Salah satu aplikasi media sosial yang banyak digunakan adalah media sosial instagram. Dalam hasil survey yang dilakukan oleh APJII (Asosiasi Penyelenggara Jasa Internet Indonesia) instagram digunakan oleh 19.9 juta pengguna di Indonesia. Dengan banyaknya pengguna tersebut maka saat ini media sosial biasa dikatakan menjadi media online modern, yaitu media yang dapat menyampaikan berbagai informasi-informasi kepada khalayak umum (APJII. 2017. <https://Www.Apjii.Or.Id>, 08 Desember 2017)

Fenomena tersebut menimbulkan adanya media baru yang menggunakan internet sebagai sarana penyebarannya yaitu media online. Berbeda dengan media konvensional seperti Koran dan televisi, media online hanya membutuhkan koneksi jaringan internet untuk bisa menyebarkan berita kepada khalayak bahkan media sosial memiliki jangkauan yang lebih luas dari pada media konvensional

seperti Koran, majalah, radio, dan televisi. Media online yang memiliki ruang tanpa batas membuat banyak lembaga, institusi atau perorangan menggunakan media online sebagai wadah mereka untuk memberikan berbagai informasi kepada target mereka tanpa harus memikirkan berbagai batasan yang dimiliki oleh media konvensional seperti koran dan televisi.

Media online merupakan produk jurnalistik online atau *cyber journalisme* yang didefinisikan sebagai pelaporan fakta atau peristiwa yang diproduksi dan didistribusikan melalui internet. Dalam perspektif studi media atau komunikasi massa, media online menjadi objek kajian teori “media baru” (new media), yaitu istilah yang mengacu pada permintaan akses ke konten (isi/informasi) kapan saja dan dimana saja pada setiap perangkat digital serta umpan balik pengguna interaktif partisipasi kreatif dan pembentukan komunitas sekitar konten media juga aspek generasi “real time”. Sehingga secara definisi media sosial dapat diartikan sebagai media yang tersaji secara online di situs web (website) internet. Media sosial adalah media yang memiliki fasilitas interaksi dengan banyak orang karena berbasis telekomunikasi dan multimedia (komputer dan internet). Media sosial seperti facebook, twitter, instagram, whatsapp dan blackberry messenger merupakan contoh media sosial yang berbeda karakteristik dengan media konvensional seperti televisi, majalah, dan koran (Romli, 2014:30).

Media sosial tentunya juga harus menggunakan kaidah penulisan jurnalistik. Dalam kaidah penulisan jurnalistik harus memiliki struktur yaitu judul berita (head), teras berita (*lead*) dan isi berita (body). Dalam penelitian ini peneliti fokus kepada bagian *lead* saja yang diteliti, karena *lead* merupakan

kalimat/paragraf awal dalam tulisan atau berita dan media sosial yang berbasis internet dalam berita atau informasinya lebih pendek dari pada berita yang ada di Koran, sehingga *lead* menjadi point utama dalam menarik pembaca untuk membaca isi berita tersebut secara menyeluruh.

Dalam jurnalistik Indonesia ada beberapa istilah untuk menyebut teras berita (*Lead*), yaitu pengantar berita, awal berita, dan intro. Teras berita adalah bagian yang penting dari sebuah berita, yang ditempatkan pada paragraf pertama di bawah judul berita. Teras berita dapat berupa sebuah kalimat atau beberapa kalimat (dua atau tiga buah kalimat) yang terikat pada sebuah paragraf teras berita ini harus menarik dan ditulis dalam kalimat-kalimat pendek. Teras berita menggambarkan isi berita pada tubuh berita (detail). Karena itu, sebuah teras berita meskipun ditulis dalam kalimat-kalimat singkat harus memuat unsur-unsur 5W dan 1H (Sumadiria, 2006).

Penggunaan *lead* dalam sebuah bentuk berita menjadi penting karena menjadi penjelasan pendukung sebuah gambar atau video. Sifat multimedia jurnalistik online menjadikannya sebagai jurnalistik masa depan wartawan tidak hanya menyusun teks berita dan menampilkan foto tapi juga melengkapinya dengan suara dan gambar (Audio-Video). Dengan jurnalistik online pula, kini tidak ada lagi istilah “berita tidak dapat dipublikasi” alias menjadi arsip tulisan di komputernya, karena jika tempat medianya bekerja menolak memuat bertitanya, ia dapat memuat di blog atau jejaring sosial. Selain itu, kini publik tidak lagi semata tergantung pada media-media konvensional untuk mengikuti perkembangan dunia. Berbagai data seperti APJII (Asosiasi Penyelenggara Jasa

Internet Indonesia) menunjukkan penggunaan internet dari waktu ke waktu terus tumbuh. Publik kian menjadikan media online sebagai rujukan utama ketika membutuhkan informasi apa pun.

Dengan semakin berkembangnya media online melalui berbagai media sosial di zaman sekarang berbagai bidang seperti pariwisata dan olahraga menggunakan media sosial instagram sebagai salah satu media untuk dapat memberikan berbagai informasi kepada publik. Seperti sepakbola yang merupakan olahraga yang paling banyak diminati oleh masyarakat Indonesia. Berbagai daerah di Indonesia sudah memiliki sepakbola daerahnya masing-masing, tidak terkecuali masyarakat Jawa Barat khususnya kota Bandung yang memiliki Persatuan Sepak Bola Indonesia Bandung atau yang lebih dikenal dengan nama Persib. Nama besar Persib membuat banyak masyarakat tidak hanya kota Bandung tetapi juga masyarakat Jawa Barat dan beberapa daerah di Indonesia menjadi fans setia dari club Persib yang bermarkas di kota Bandung tersebut.

Dari banyaknya fans Persib tersebut maka muncul berbagai komunitas-komunitas yang mewadahi para pecinta Persib untuk mengakomodir sehingga jelas status mereka sebagai pecinta Persib dengan masuk dalam komunitas. Salah satu komunitas yaitu VPC (Viking Persib Club), komunitas yang telah berdiri sejak 17 juli 1993 ini telah memiliki ribuan anggota komunitas dan mereka merupakan salah satu dari ketiga komunitas besar pecinta Persib. Komunitas Viking Persib Club memiliki berbagai media informasi seperti media web dan media sosial seperti Instagram, Twitter dan facebook.

Media sosial yang juga digunakan sebagai produk jurnalistik online yang membuat komunitas menggunakan media sosial sebagai wadah mereka untuk memberikan informasi kepada para *followers* (sebutan pengikut di media sosial instagram) mereka di akun media sosial komunitas tersebut. Adanya fasilitas *like* dan komentar seperti pada media sosial instagram membuat pihak komunitas dapat melihat sejauh mana para *followers* mengikuti perkembangan atau berbagai kegiatan tim sepakbola Persib baik itu di luar atau di dalam lapangan melalui jumlah *like* dan komentar disetiap postingan akun media sosial instagram komunitas Viking Persib Club. Melalui media komunitas sebagai ruang jurnalistik online para pengelola komunitas dapat dengan mudah untuk mengatur para pengikutnya yang telah menjadi followers mereka di akun media sosial instagram @OfficialVPC untuk mengiring mereka kepada berbagai informasi atau pemberitaan yang sesuai dengan keinginan pihak komunitas Viking Persib Club.

Dalam penelitian ini peneliti focus pada media instagram Viking Persib Club dengan nama akun @OfficialVPC yang telah memiliki sebanyak 257 ribu pengikut yang tersebar di berbagai wilayah di Indonesia. Penggunaan instagram sebagai media informasi membuat sebanyak 257 ribu dapat mengakses berbagai informasi yang diberikan oleh pihak komunitas Viking Persib Club. Peneliti merasa tertarik untuk meneliti bagaimana penggunaan *lead* pada media sosial dalam bentuk akun komunitas instagram @officialvpc dalam memberikan berbagai informasi Persib kepada followers dan bagaimana sumber dari setiap postingan tersebut memiliki akurasi, ketelitian, actual, factual dan terpercaya.

Dalam penelitian ini menggunakan teori agenda setting yang dipopulerkan oleh McCombs dan Shaw yang mengatakan fungsi agenda setting media masa bertanggung jawab terhadap hampir semua apa-apa yang dianggap penting oleh publik, karena apa-apa yang dianggap prioritas oleh media menjadi prioritas juga bagi publik atau masyarakat. Dalam penelitian ini akan dihubungkan dengan objek penelitian media komunitas @OfficialVPC dengan teori agenda setting yang disimpulkan menjadi fokus penelitian.

1.2 Fokus Penelitian

1. Bagaimana penggunaan *lead* berita pada akun media sosial instagram @officialVPC?
2. Bagaimana pemilihan berita yang layak untuk di bagikan di akun media sosial instagram komunitas @officialVPC?
3. Bagaimana pengelolaan media komunitas akun media sosial instagram @officialVPC?

1.3 Tujuan Penelitian

1.3.1 Tujuan Penelitian

1. Untuk mengetahui penggunaan *lead* berita dalam media sosial pada media komunitas akun media instagram @officialVPC.
2. Untuk mengatahui berita yang layak untuk dibagikan di akun media sosial instagram komunitas@OfficialVPC
3. Untuk mengetahui pengeloaan media komunitas akun media sosial instagram @officialVPC.

1.4 Kegunaan penelitian

1. Secara Akademis

Secara teoritis penulis berharap dari hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan sumbangan pemikiran bagi perkembangan di bidang akademis, yaitu khususnya ilmu komunikasi dalam kajian perkembangan media komunikasi. Media sosial melalui komunitas diharapkan mampu menjadi media sebagaimana seharusnya yaitu sebagai media menyebarkan informasi secara factual, aktual dan terpercaya.

2. Secara praktis

Manfaat praktis dalam penelitian ini adalah sebagai bahan masukan untuk komunitas dalam melaksanakan kebijakan dibidang penyebarluasan informasi melalui media sosial instagram. Hasil dari penelitian ini juga diharapkan dapat bermanfaat langsung dalam peningkatan pola system informasi komunitas yang menggunakan media sosia khususnya instagram sehingga lebih efektif untuk para follower akun komunitas tersebut.

1.4 Landasan Pemikiran

Dalam penelitian ini terdapat tiga yang memiliki kesamaan kasus dan bahasan penlitian ini. Berikut tiga penelitian yang peneliti temukan di beberapa skripsi dan jurnal terdahulu.

Pertama, Yasundari. "Hubungan penggunaan instagram degan motivasi wirausaha pebisnis daring (Online) dalam meningkatkan produktifitas "Jurnal kajian komunikasi. 2016.

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui adakah hubungan antara penggunaan media social instagram dengan motivasi pebisnis daring pada komunitas.

Penelitian ini menggunakan teori agenda setting, metode survey eksplanatif (analitik). Jenis survey ini digunakan bila periset ingin mengetahui mengapa situasi dan kondisi tertentu terjadi atau apa yang mempengaruhi terjadinya sesuatu.

Kedua, Maryulis. Pengaruh aktivitas di media social terhadap rutinitas Blogger sumatera barat. 2014.

Penelitian ini bertujuan mengetahui rutinitas menulis di blog terpengaruh oleh insensitas keaktifan blogger tersebut di media sosial. Penelitian ini menggunakan metode kualitatif dengan alasan memaami fenomena lebih mendalam sehingga lecak kebenaran data.

Ketiga, Vega Karina Andira Putri. Media Sosial Terintegrasi dalam Komunikasi Pemasaran Brand : Studi Komparasi Pemanfaatan Media Sosial Oleh High dan Low Involvement Decision Brand. Jurnal Komunikasi Indonesia, 2015

Penelitian ini bertujuan komparasi perbedaan dalam pemanfaatan sosial media dan bentuk integrasi media sosial antara high dengan low involvement decision brand.

Tabel 1.1 Penelitian Sebelumnya

| No. | Nama dan Judul Penelitian | Teori dan Metode penelitian | Hasil Penelitian | Persamaan | Perbedaan |
|-----|--|--|--|---|---|
| 1. | Yasundari, <i>Hubungan penggunaan degan instagram degan motivasi wirausahya pebisnis daring (Online) dalam meningkatkan produktiftas. (Jurnal Kajian Komunikasi)</i> | Teori Agenda <i>Setting</i> dengan metode penelitian deskriptif. | Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa penggunaan media sosial <i>Instagram</i> memiliki hubungan yang signifikan cenderung kuat dengan motivasi wirausaha pebisnis daring pada komunitas <i>SFS Family</i> . Penggunaan media sosial <i>Instagram</i> memiliki hubungan yang signifikan cenderung sedang dengan peningkatan produktivitas. Motivasi wirausaha pebisnis daring pada komunitas <i>SFS Family</i> memiliki hubungan yang signifikan cenderung cukup sedang dengan peningkatan produktivitas. | Persamaan dengan penelitian ini adalah memiliki ketertarikan yang sama terhadap media sosial <i>instagram</i> . | Penelitian ini digunakan untuk mengetahui situasi dan kondisi <i>instagram</i> terhadap bisnis. |

| No | Nama dan Judul Penelitian | Teori dan Metode Penelitian | Hasil Penelitian | Persamaan | Perbedaan |
|----|--|--|--|--|---|
| 3. | Maryulis, <i>Pengaruh aktivitas di media social terhadap rutinitas Blogger Sumatera barat.</i> (Skripsi) – Universitas Andalas Padang. | Metode kualitatif. | Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa rutinitas menulis di blog tergantung blogger bersangkutan dan tidak bisa dikaitkan dengan aktivitas mereka di media sosial. | Memiliki kesamaan dalam kajian bagaimana penggunaan media sosial sebagai wadah beraktifitas. | Perbedaan pada penelitian ini adalah peneliti menggunakan blogger sebagai objek penelitian. |
| 4. | Vega Karina Andira Putri, Media Sosial Terintegrasi dalam Komunikasi Pemasaran Brand : Studi Komparasi Pemanfaatan Media Sosial Oleh High dan Low Involvement Decision Brand | Teori agenda setting dan metode penelitian kualitatif. | Hasil studi komparasi ditemukan perbedaan dalam pemanfaatan sosial media dan bentuk integrasi media sosial antara high dengan low involvement decision brand. Perbedaan dapat dilihat dari proporsi penggunaan media digital, akun media sosial yang dikelola brand, konten tiap akun media sosial, kerjasama dengan buzzer, dan hubungan antar sosial media tools. Selain itu, ditemukan juga bahwa brand yang sukses melakukan komunikasi pemasaran melalui sosial media adalah brand yang mengelola komunitas online dengan baik. | Memiliki kesamaan dalam pengelolaan pemanfaatan media sosial . | Perbedaan dapat dilihat dari proporsi penggunaan media digital, akun media sosial yang dikelola brand, konten tiap akun media sosial, kerjasama dengan buzzer, dan hubungan antar sosial media tools. |

Sumber : Diolah dari Berbagai Sumber

1.5 Landasan Teoritis

1.5.1 Jurnalistik Online

Jurnalistik online disebut juga cyber journalism, jurnalistik internet dan jurnalistik web (web journalism) merupakan “generasi baru” jurnalistik setelah jurnalistik konvensional (jurnalistik media cetak, seperti surat kabar) dan jurnalistik penyiaran (broadcast journalism radio dan televisi).

Pengertian jurnalistik online terkait banyak istilah, yakni jurnalistik, online, internet, dan website. Jurnalistik dapat dipahami sebagai proses peliputan, penulisan, dan penyebaran informasi (actual) atau berita melalui media masa. Secara singkat dan praktis, jurnalistik bisa diartikan sebagai “memberitakan sebuah peristiwa”.

Online dipahami sebagai keadaan konektivitas (ketersambungan) menagcu kepada internet atau world wide web (www). Online merupakan bahasa internet yang berarti “informasi bisa diakses dimana dan kapan saja” selama ada jaringan internet (konektivitas). Internet (kependekan dari *interconnection-networking*) secara harfiah artinya “jaringan antar koneksi”. Internet dipahami sebagai system jaringan computer yang saling terhubung. Berkat jaringanitulah yang ada disebuah computer dapat diakses orang lain melalui computer lainnya. Internet “menghasilkan” sebuah media dikeal dengan media online.

Dari pengertian tersebut, jurnalistik online dapat didefinisikan sebagai proses penyampaian informasi melalui media internet. Karena merupakan perkembangan baru dalam dunia media, website pun dikenal juga dengan sebutan

“media baru”. Dalam media baru antara lain informasi yang tersaji bisa saja diakses atau dibaca kapan saja dan di mana pun, di seluruh dunia, selama ada computer dan perangkat lain ang memiliki koneksi internet (Romli, 2014: 11-13).

Paul Badshaw dalam “*Basic Princial of Online Journalism*” menyebutkan, ada lima prinsip dasar jurnalistik online yang disingkat B-A-S-I-C, yakni Brevity, Adaptability, Scannability, Interactivity, Communicaty and Conversation.

- Keringkasan (Brevity)

Berita online dituntut untuk bersifat ringkas, untuk menyesuaikan kehidupan manusia dan tingkat kesibukannya yang makin tinggi. Pembaca memiliki sedikit waktu untuk membaca dan ingin segera tahu informasi. Maka jurnalisme online sebaiknya berisi tulisan ringkas saja. Hal ini juga sesuai dengan salah satu kaidah bahasa jurnalistik KISS, yakni *Keep It Short and Simple*.

- Kemampuan beradaptasi (Adaptability).

Wartawan online dituntut agar mampu menyesuaikan diri di tengah kebutuhan dan prefensi pubik. Dengan adanya teknologi komunikasi, jurnalis dapat menyajikan berita dengan cara membuat berbagai keragaman cara, seperti dengan menyediakan format suara (audio), video, gambar, dan, lain-lain dalam suatu berita.

- Dapat dipindai (Scannability).

Untuk memudahkan para audeins, situs-situs terkait dengan jurnalistk online hendaknya memiliki sifat dipindai, agar pembaca tidak perlu merasa terpaksa dalam membca informasi atau berita.

- Interaktivitas (Interativity).

Komunikasi dari publik kepada jrnalis dalam juralisme online sangat dimungkinkan dengan adanya asks yang semakin luas. Pembaca atau *viewer* dibirakan untuk menjadi pengguna (user). Hal ini sangat penting karena samikin audiens merasa dirina dilibatkan, maka akan semakin dihargai dan senang embca berita yang ada.

- Komunitas dan percakapan (Community and Conversation).

Media onine memilki peran yang lebih besar daripada media cetak atau media konvensional lainnya, yakni sebagai penjaring komunitas. Jurnalis online juga harus memberi jawaban atau timbal balik kepada public sebagai sebuah balasan atas interkasi yang dilakukan public tadi.

Perbedaan utama jurnalistik online dengan “jurnalistik tradisional” (cetak, radio dan TV) adalah kecepatan, kemudahan akses, bisa di-*update* dan dihapus kapan saja, dan interaksi dengan pembaca atau pengguna (user). Jurnalistik online juga “tidak mengenal” tenggat waktu (deadline) sebagaimana dikenal di media cetak. Deadline bagi jurnalistik online dalam enegertian “publikasi paling lambat” adalah “beberapa menit bahkan detik” setelah kejadian berlangsung. Jurnalistik online dicirikan sebagai praktik jurnalistik yang mempertimbangkan beragam format media (multimedia) untuk menyusun isi liputan memungkinkan terjadinya

interaksi antara journalist dengan audiens dan menghubungkan berbagai elemen berita dengan sumber-sumber online yang lain. Kemampuan interaktivitas jurnalistik online dianggap mampu memruntuhkan aturan lama tradisi jurnalistik, bahwa “kebenaran factual” terletak pada praktik jurnalistik karena hanya wartawan yang tahu dan memutuskan informasi seperti apa yang dibutuhkan oleh khalayak. Kebenaran faktual, obyektivitas, dan *imparsialitas* tidak lagi dibangun pada ruang senyap editor, namun dipertukarkan antara jurnalis dan publik (Romli, 2014:14-15).

1.5.2 *Lead* Berita

Untuk penulisan teras berita (*lead*), (Sumadiria, 2014: 120-121) persatuan wartawan Indonesia (PWI) pada 15 Oktober 1997 di Jakarta memandang perlu membuat pedoman khusus yang mencakup sepuluh aspek. Kesepuluh aspek itu meliputi pokok terpenting berita : jumlah kata dalam teras berita, syarat teras berita, informasi pelengkap, mengutamakan unsur apa, siapa, untuk narasumber yang menonjol; jarang memakai unsur bilamana dan unsur mengapa diuraikan dalam unsur berita; dan dapat dimulai dengan kutipan pertanyaan singkat seseorang (*quotation lead*). Berikut kutipan lengkap kesepuluh pedoman penulisan teras berita tersebut:

1. Teras berita menempati alinea atau paragraf pertama harus mencerminkan pokok terpenting berita. Alinea atau paragraf pertama itu dapat terdiri atas satu kalimat, akan tetapi jangan sebaliknya jangan melebihi tiga kalimat.

2. Teras berita, dengan mengingat sifat bahasa Indonesia, jangan mengandung lebih dari antara 30 dan 45 perkataan. Apabila teras berita singkat, misalnya terdiri atas 45 perkataan atau kurang dari itu maka hal itu lebih baik.
3. Teras berita harus ditulis begitu rupa sehingga mudah ditangkap dan cepat mengerti, mudah diucapkan di depan radio dan televisi serta mudah dimengerti. Kalimat-kalimatnya singkat, sederhana susunannya dengan mengindahkan bahasa baku serta ekonomi bahasa, jadi menjauhkan kata-kata mubazir. Jelas melaksanakan ketentuan “satu gagasan dalam satu kalimat”. Tidak mendomplengkan atau memuatkan sekaligus unsur 3A dan 3M (apa, siapa, mengapa, bilamana, dimana, bagaimana). Dbolehkan memuat lebih dari satu unsur 3A dan 3M.
4. Hal-hal yang tidak begitu mendesak, namun berfungsi sebagai penambah atau pelengkap keterangan hendaknya imuat dalam badan berita.
5. Teras berita, sesuai dengan naluri manusia yang ingin segera tahu apa yang terjadi, sebaiknya mengutamakan unsur apa, jadi disukai teras berita (*lead*) yang memulai unsur apa. Unsur apa itu diberikan dalam ungkapan kalimat yang sesingkat mungkin yang menyimpulkan atau mengintisarikan kejadian yang diberitakan.
6. Teras berita juga dapat dimulai dengan unsur siapa, karena ini selalu menarik perhatian manusia. Apalagi kalau siapa itu ialah seorang yang jadi tokoh di bidang kegiatan dan lapangannya. Akan tetapi kalau unsur

siapa itu tidak begitu menonjol, maka sebaiknya ia tidak dipakai dalam permulaan berita.

7. Teras berita jarang menggunakan unsur bilamana pada permulaannya. Sebab unsur waktu jarang merupakan bagian yang menonjol dalam suatu kejadian. Unsur waktu hanya dipakai permulaan teras berita jika memang unsur itu bermakna khusus dalam berita itu.
8. Urutan unsur dalam teras berita sebaiknya unsur tempat dahulu, kemudian disusul waktu.
9. Unsur bagaimana dan unsur mengapa diuraikan dalam badan berita, jadi tidak dalam teras berita (*lead*).
10. Teras berita dapat dimulai dengan kutipan pernyataan seseorang (*quotation lead*) asalkan kutipan itu tidak suatu kalimat yang panjang. Dalam alinea tersebut hendaknya segera ditulis nama orang itu dan tempat serta kesempatan dia membuat pernyataan.

1.5.3 Media Sosial

Media adalah alat (sarana) komunikasi dan social aalah berkenaan dengan masyarakat. Sehingga media social adalah sebuah media online tempat para pengguna biasa dengan mudah berpartisipasi, berbagi, dan menciptakan isi meliputi blog, wiki, dan jejaring social. Kecepatan informasi di media social kini tampak sudah menggantikan peranan media masa konvensional dalam menyebarkan berita. Kalangan media konvensional pun menggunakan media social untuk menyebarkan informasi yang dibuat para wartawannya. Selain kecepatan informasi yang bisa diakses dalam hitungan detik, ”menjadi diri

sendiri” dalam media social adalah alasan mengapa media social berkembang pesat. Tak terkecuali, keinginan untuk aktualisasi diri dan kebutuhan menciptakan *personal branding* (Romli,Asep,2012:104).

1.6 Langkah-langkah Penelitian

1.6.1 Objek Penelitian

Penelitian ini akan dilakukan pada media komunitas viking persib club yang memiliki media resmi instagram dengan nama akun @officialVPC yang menjadi objek dalam penelitian ini.

1.6.2 Paradigma dan Pendekatan Penelitian

Paradigma ini menggunakan paradigma konstruktivis (interpretatif) dengan pendekatan kualitatif yang memandang realitas sosial sebagai sesuatu yang holistik/ utuh, kompleks, dinamis, penuh makna, dan hubungan gejala bersifat interaktif (*reciprocal*). Penelitian ini dilakukan pada objek yang alamiah. Objek yang alamiah adalah objek yang berkembang apa adanya, tidak dimanipulasi oleh peneliti dan kehadiran peneliti tidak mempengaruhi dinamika pada objek tersebut. Dalam penelitian kualitatif instrumennya adalah orang atau *human instrument*, yaitu peneliti itu sendiri. Untuk dapat menjadi instrumen, maka peneliti harus memiliki bekal teori dan wawasan yang luas, sehingga mampu bertanya, menganalisis, memotret, dan mengkontruksi situasi sosial yang diteliti menjadi lebih jelas dan bermakna.(Sugiono,2013:7-8).

Secara ontologi aliran ini bersifat *critical realism* yang memandang bahwa realitas memang ada dalam kenyataan sesuai dengan hukum alam, tetapi satu hal

yang mustahil bila suatu realitas dapat dilihat secara benar oleh manusia (peneliti). Oleh karena itu, secara metodologis pendekatan eksperimental melalui observasi tidaklah cukup, tetapi harus menggunakan metode *triangulation* yaitu penggunaan bermacam-macam metode, sumber data, dan peneliti.

Secara epistemologis, hubungan antara pengamat atau peneliti dengan objek atau realitas yang diteliti tidaklah bisa dipisahkan, seperti yang diusulkan oleh aliran positivism. Aliran ini menyatakan suatu hal yang tidak mungkin mencapai atau melihat kebenaran apabila pengamat berdiri di belakang layar tanpa ikut terlibat dengan objek secara langsung. Karena itulah dalam penelitian ini observasi akan langsung dilakukan ke lapangan, mencari data-data yang diperlukan, yaitu ke sekretariat komunitas Viking Persib Club.

Penelitian ini adalah jenis penelitian kualitatif karena sifat masalah yang diteliti mengharuskan menggunakan penelitian kualitatif dan area peneliti yang dilakukan bertujuan untuk memahami bagaimana system pengelolaan media komunitas dan pola penyebaran informasi. Tujuan utama penelitian kualitatif adalah untuk memahami fenomena atau gejala sosial dengan lebih menitik beratkan pada gambaran yang lengkap tentang fenomena yang dikaji daripada memerincinya menjadi variabel-variabel yang saling terkait. Harapannya ialah diperoleh pemahaman yang mendalam tentang fenomena untuk selanjutnya dihasilkan sebuah teori.(Rahardjo, 2010).

1.6.3 Metode Penelitian

Tipe penelitian ini adalah deskriptif, penelitian deskriptif adalah prosedur pemecahan masalah yang diselidiki dengan menggambarkan atau melukiskan keadaan objek atau subjek penelitian (seseorang, lembaga, masyarakat dan lain-lainnya) pada saat sekarang berdasarkan fakta-fakta yang tampak atau sebagaimana adanya (Nawawi, 1990: 25).

Menurut Denzin dan Lincoln (Moleong, 2007: 5) penelitian kualitatif adalah penelitian yang menggunakan latar alamiah, dengan maksud menafsirkan fenomena yang terjadi dan dilakukan dengan jalan melibatkan berbagai metode yang ada digunakan untuk menafsirkan fenomena dan yang dimanfaatkan untuk penelitian. Dalam penelitian kualitatif metode yang biasa dimanfaatkan adalah wawancara, pengamatan, dan pemanfaatan dokumen.

Penelitian kualitatif mendeskripsikan fenomena yang dipelajari dan akan menguraikan hasil pengamatan untuk sampai pada kesimpulan. Metode penelitian kualitatif mengasumsikan bahwa pengetahuan tidak mempunyai sifat yang objektif dan sifat yang tetap melainkan bersifat interpretif. Komunikatornya bersifat aktif, kreatif, dan memiliki kemauan bebas dan perilaku (komunikasi) secara internal dikendalikan oleh individu (Mulyana, 2001: 147). Penelitian kualitatif digunakan untuk mendapatkan data yang mendalam suatu data yang mengandung makna. Makna adalah data yang sebenarnya data yang pasti merupakan suatu nilai dibalik data yang diperoleh. Oleh karena itu dalam

penelitian kualitatif, tidak menekankan pada konsep generalisasi tetapi menekankan pada makna.

Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah penelitian deskriptif untuk menggambarkan tentang suatu keadaan secara objektif terhadap situasi dalam hal ini yaitu karakteristik dalam suatu deskriptif, gambaran atau lukisan secara sistematis, faktual dan akurat mengenai fakta-fakta, sifat-sifat serta hubungan anatar fenomena yang diselidiki. Dengan demikian dalam penelitian ini dikemukakan fakta-fakta tentang penggunaan *lead* berita online pada media sosial instagram @OfficialVPC komunitas Viking persib club.

1.6.4 Jenis dan Sumber Data

1. Jenis Data

Jenis data yang dikumpulkan dalam penelitian kualitatif sebagai berikut:

- a) Data mengenai praktik pengelola akun media instagram @officialVPC sebagai Pratik jurnalistik online.
- b) Data Mengenai kategori postingan yang dipublikasikan di akun media sosial instagram OfficialVPC.
- c) Data mengenai dampak positif dan negative akun instagram media sosial OfficialVPC terhadap komunitas.

2. Sumber Data

Sumber Penelitian ini dibagi menjadi 2 yaitu :

- a) Sumber data primer penelitian ini adalah pengelola akun media sosial instagram OfficialVPC.

- b) Sumber data sekunder dalam penelitian ini meliputi dokumentasi dan arsip.

1.6.4 Teknik Pengumpulan data

Teknik pengumpulan data yang digunakan dalam penelitian ini adalah menggunakan teknik wawancara terstruktur dan mendalam, observasi dan dokumentasi.

1. Wawancara dimaksudkan untuk menanyakan secara langsung terkait rumusan masalah dan pertanyaan penelitian kepada sumber data primer (responden). Urusan-urusan terkait masalah yang diteliti, dilaporkan dan diinterpretasikan melalui penglihatan pihak yang diwawancarai, dan para responden sebagai sumber data primer yang mempunyai informasi dapat memberikan keterangan-keterangan penting dengan baik kedalam masalah yang berkaitan.

Dalam mengumpulkan data penelitian, peneliti akan mewawancarai pihak-pihak yang terkait dalam menunjang kelengkapan data. Wawancara tersebut peneliti butuhkan agar mendapatkan data atau informasi yang akurat. Sedangkan studi pustaka, peneliti dapatkan dari buku, juga dari artikel dari internet yang berkaitan dengan bahasan penelitian guna menunjang peneliti dalam mengolah data.

2. Observasi dengan membuat kunjungan lapangan, dengan melakukan observasi langsung. Mulai dari pengumpulan data yang formal hingga yang asal. Selama penelitian akan dilakukan dengan mengamati secara langsung proses menyebarluaskan informasi di media sosial instagram Official VPC mencatat

dan mengumpulkan data di lapangan, mengambil foto atau dokumentasi lain yang akan menjadi analisis.

3. Dokumentasi, digunakan untuk mendukung dan menambah bukti dari sumber-sumber lain. Dokumen akan membantu verifikasi ejaan dan judul atau nama yang benar dari organisasi-organisasi yang telah disinggung dalam wawancara. Dokumen juga dapat menambah rincian spesifik lainnya guna mendukung informasi dari sumber-sumber lain. Dokumentasi bisa berupa surat, memorandum, agenda, laporan tertulis, dokumen-dokumen administratif, penelitian-penelitian yang sama, kliping atau artikel lain yang muncul di media massa dan lainnya sebagainya.

1.6.5 Teknik Analisis Data

Dalam menganalisis data penelitian, teknik analisis data yang diambil berdasarkan tahap-tahap yang diuraikan menurut Creswell (1998:63), yaitu:

1. Studi kasus

pada tahap analisis ini hasil yang telah diperoleh selama pengumpulan data akan dipaparkan secara melalui studi kasus, dengan memaparkan fakta-fakta mengenai kasus sebagaimana terekam atau tercatat. Hasil dari wawancara yang didapat kemudian disalin dan dipaparkan dalam bentuk tulisan. Demikian pula dengan hal lainnya yang diperoleh ketika observasi atau meninjau data yang dikumpulkan melalui dokumentasi, data tersebut kemudian dipaparkan dalam bentuk tulisan sistematis. Dengan memaparkan hasil yang telah diperoleh ketika pengumpulan data maka akan diketahui

apakah data-data yang dibutuhkan sudah cukup atau masih terdapat data yang kurang jelas sehingga peneliti dapat segera melakukan pengumpulan data selanjutnya dan lebih dalam.

2. Analisis Tema

Menganalisis data yang merujuk pada tema yang spesifik, dilakukan dengan mengumpulkan informasi dan mengelompokkannya dalam beberapa Cluster. Dalam hal ini penelitian akan dikelompokkan berdasarkan tujuan penelitian.

3. Penonjolan dan Penarikan Kesimpulan

Merupakan langkah terakhir yang meliputi pemahaman tentang data dan interpretasi terhadapnya. Hal ini dapat dilakukan dengan bantuan teori maupun konstruk dari literature. Pada tahap ini data yang telah dikelompokkan tersebut kemudian ditarik inti pembahasan dari setiap tema untuk kemudian dijadikan sebuah peta alur pikiran dan ditarik kesimpulannya. Bersamaan dengan upaya menarik kesimpulan, peneliti juga melakukan verifikasi guna menguji kebenaran, kekokohan, kecocokan data yang ditemukan di lapangan sehingga diperoleh kesimpulan yang dipercaya.