

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Penggunaan media sosial bukan sesuatu yang aneh lagi, tiap lapisan masyarakat sudah menjajal masuk berselancar di dunia maya. Kecepatan arus informasi telah menjalar dan membuat setiap pengguna sosial media berlomba-lomba untuk mengakses informasi. Luasnya jejaring sosial membuat informasi semakin cepat untuk disampaikan ke khalayak.

Perkembangan teknologi informasi membawa jurnalisme jauh lebih berkembang. Cara menyampaikan pesan sudah mengandalkan multiplatform yang mengintegrasikan ketiga jenis penyampaian yaitu teks, video dan audio. Tidak lagi hanya mengandalkan satu aspek saja di saat bisa menyatukan semua hal tersebut dalam penyampaian informasi.

Kemampuan internet untuk menyatupadukan sejumlah media menuntut jurnalis untuk multitasking alias bisa menulis, memotret, bahkan membuat berita dengan bentuk video. Seorang jurnalis juga dituntut untuk menguasai bagaimana cara berinteraksi dengan baik kepada audiens sehingga dalam satu waktu peliputan harus bisa menguasai semua hal tersebut.

Praktik jurnalisme yang terjadi dalam ranah internet kemudian disebut sebagai jurnalisme online. Dipercaya sebagai bentuk paling baru dari jurnalisme, internet sangat memberikan peran penting karena mampu mendobrak batas kepada berbagai kalangan Jurnalisme online memiliki banyak

kelebihan yang menawarkan peluang untuk menyampaikan berita jauh lebih besar dibanding bentuk jurnalisme tradisional berbagai kalangan.

Jurnalisme online memiliki banyak kelebihan yang menawarkan peluang. Kehadiran media online memunculkan generasi baru jurnalistik. Biasa juga disebut sebagai cyber journalism, jurnalistik internet, dan jurnalistik web. Karena merupakan perkembangan baru dalam dunia media, website pun dikenal juga dengan sebutan “media baru” (new media) vis a vis media konvensional—koran, majalah, radio, dan televisi. (Asep Syamsul M. Romli, 2012:40).

Kemampuan beradaptasi dengan teknologi juga merupakan jurus pamungkas yang harus diterapkan para jurnalis. Di internet, kita dapat melihat preferensi publik dan kebutuhan mayoritas pengguna. Sehingga dalam berita yang disajikan nanti sudah sesuai dengan apa yang pembaca inginkan.

Internet menjadi sebuah batu loncatan dan tantangan sendiri bagi berbagai hal tradisional yang sebelumnya terbiasa digunakan oleh masyarakat dalam berbagai cara. Internet memungkinkan koran kehilangan eksistensinya secara perlahan, mulai dari iklan baris beralih ke berbagai iklan internet dengan target lebih luas dinilai dari minat dan tidak terbatas ranah geografi. Berkurangnya peminat yang nyata dirasakan ini karena adanya peralihan sirkulasi ke Internet.

Warga biasa dapat memainkan peran yang lebih besar dalam proses pembuatan berita karena adanya kemajuan teknologi melalui era digital. Dengan menggunakan ponsel yang sudah dilengkapi kamera video berkualitas mumpuni, maka warga yang aktif sekarang dapat merekam cuplikan peristiwa berita dan mengunggahnya ke berbagai saluran. Berita dapat diakses semudah mungkin melalui berbagai sumber online, mulai dari blog maupun media sosial lainnya. Hal inilah yang menyebabkan pembaca dapat memilih dari lebih

banyak pilihan sumber baik itu resmi maupun yang tidak resmi, tidak hanya terpaku pada sumber media konvensional saja.

Jurnalisme online memungkinkan koneksi dan diskusi pada tingkat yang tidak ditawarkan oleh media cetak sendiri. Jurnalisme online mewakili sebuah revolusi tentang bagaimana berita dikonsumsi oleh masyarakat. Sumber-sumber online mampu menyediakan pelaporan berita terkini yang cepat, efisien, dan akurat dalam hitungan detik, memberikan masyarakat sinopsis peristiwa saat terjadi. Sepanjang perkembangan acara, jurnalis dapat memberi makan sumber online informasi yang membuat pembaca tetap *up-to-date* hanya dalam hitungan detik. Kecepatan di mana sebuah cerita dapat diposting dapat mempengaruhi keakuratan pelaporan dengan cara yang biasanya tidak terjadi dalam jurnalisme cetak. Sebelum munculnya jurnalisme digital, proses pencetakan membutuhkan lebih banyak waktu, memungkinkan penemuan dan koreksi kesalahan.

Konsumen berita harus melek terhadap cara mengakses situs web dan menggunakan pemikiran kritis untuk mengevaluasi kredibilitas sumber. Karena setiap orang dapat menulis artikel dan mempostingnya di Internet, definisi jurnalisme berubah. Karena semakin mudah bagi rata-rata orang untuk memiliki pengaruh di dunia berita melalui alat seperti blog dan bahkan komentar pada berita di situs web berita terkemuka, menjadi semakin sulit untuk menyaring sejumlah besar informasi yang datang dari dunia digital bidang jurnalistik.

Studi tentang bagaimana pengguna mencerna konten di situs jurnalisme online menunjukkan bahwa pengguna mengonsumsi cerita dengan cara yang sama sekali berbeda dengan pengguna media jurnalisme tradisional. Pada tahap awal jurnalisme online, banyak situs yang terhubung dengan outlet berita yang hanya memposting cerita cetak atau naskah berita melalui berbagai halaman. Ini terbukti tidak efektif karena menulis untuk dunia online sangat berbeda dengan menulis untuk halaman cetak. Diyakini, bahwa orang membaca layar komputer 30% lebih lambat daripada membaca kertas. Selain itu, orang tidak membaca dengan cermat secara online, melainkan memindai. Jika mereka tidak dapat dengan cepat dan mudah menemukan informasi, mereka segera meninggalkan situs web. Untuk melengkapi ini, jurnalisme online mengembangkan gaya konstruksi cerita sendiri. Menyajikan cerita dalam potongan memungkinkan pembaca untuk dengan cepat memindai cerita dan memilih bagian-bagian yang relevan dengan mereka.

Ada keuntungan besar dengan jurnalisme online dan evolusi menggunakan internet yang menjadi kebiasaan orang, tetapi ada kerugiannya. Misalnya, orang terbiasa dengan apa yang sudah mereka ketahui dan tidak selalu dapat mengejar ketinggalan dengan cepat dengan teknologi baru di abad ke-21. Adapun jurnalisme cetak dan digital memiliki tujuan yang tidak berbeda, meskipun diperlukan alat yang berbeda untuk berfungsi dengan semestinya. Satu perselisihan besar berkaitan dengan kredibilitas situs web berita online ini.

Penyajian melalui berbagai platform yang ada tetap saja sangat memudahkan penyebaran informasi sekaligus untuk meningkatkan minat baca

pengguna internet dengan memperluas keterbacaan. Munculnya berbagai platform seperti blogspot, Facebook, dan Twitter semakin menunjang para warga untuk terus keep in touch dengan berbagai fenomena yang terjadi di dunia. Terlebih hadirnya Twitter yang membawa angin segar dengan kecepatan informasi yang secepat kilat.

Twitter telah menjadi platform yang sangat diandalkan sebagai pencarian informasi tercepat, karena kecepatannya bisa dilihat jelas melalui trending tags atau hashtag yang ada. Sehingga ketika ada sesuatu yang sedang terjadi, seluruh khalayak bisa mengaksesnya dari sudut pandang masyarakat biasa. Penulis tertarik untuk mengetahui lebih dalam mengenai pembentukan informasi tersebut.

Twitter sangat mudah digunakan, Anda dapat mengikuti orang-orang untuk mendapatkan berita dan pembaruan terbaru, Twitter melampaui browser Web, Anda dapat menggunakan Twitter di ponsel Anda, aplikasi Twitter ada untuk ponsel dan tablet, Anda dapat menjangkau orang-orang yang menggunakan Twitter di ponsel mereka tetapi tidak di komputer mereka, atau di tablet mereka tetapi tidak di ponsel mereka. Semua sangat fleksibel dan masih bisa diakses dengan mudah oleh berbagai kalangan.

Twitter adalah aplikasi web jejaring sosial yang memberi pengguna kemampuan untuk berbagi informasi. Pengguna Twitter memposting pembaruan status, berita, berbagai lelucon, informasi suatu acara, dan informasi lainnya. Postingan dibatasi hingga 280 karakter dan dapat dikirim dari dan

diterima melalui pesan teks selain aplikasi desktop tradisional. Format singkat, "blog mikro" dan kemudahan pengeposan seluler memungkinkan pengguna memposting dan mengikuti berita terkini.

Mengikuti reporter lokal, politisi, bisnis, dan warga negara yang memposting informasi tentang berbagai kejadian yang menyangkut banyak orang memungkinkan pengikut untuk tetap berhubungan dengan peristiwa terkini. Postingan akun-akun besar sering kali menyertakan laporan lalu lintas, cuaca, berita lokal, acara khusus, ulasan restoran, dan informasi lain yang berguna bagi penduduk setempat dan pengunjung.

Acara nasional dan dunia, dari olahraga dan hiburan hingga berita utama, menarik banyak perhatian dari pengguna Twitter. Banyak orang di lokasi acara berkesempatan memposting, memberikan akun saksi mata kepada pengikut dari berbagai perspektif dari diri sendiri. Acara berskala besar, mulai dari acara televisi hingga bencana alam, menjadi topik yang cukup banyak diposting dan diskusi untuk muncul sebagai "Trending Topics" Twitter, memberi pengguna Twitter gambaran tentang apa yang terkini, penting, dan populer.

Selain digunakan oleh masyarakat biasa, media konvensional juga menggunakan kesempatan ini untuk menyebarluaskan berita melalui Twitter. Salah satu medianya adalah Asumsi yang secara rutin mempublikasikan berita melalui kanal berita www.asumsi.co, kemudian berita tersebut dipublikasikan ulang di media Twitter demi meluasnya sebuah informasi. Banyaknya

pengguna Twitter juga sangat mempengaruhi dan membuat lebih banyak orang melihat berita yang dipublikasikan ulang tersebut berupa link.

Asumsi menjunjung tinggi nilai-nilai demokrasi dan mendorong keterlibatan berbagai unsur masyarakat di ruang publik. Asumsi merupakan perusahaan media yang mandiri, berkelanjutan, dan berkomitmen dalam memberikan ruang bagi segala bentuk keragaman yang memberi nilai tambah dan atau sudut pandang lain. Asumsi berupaya untuk mengedepankan berbagai cara agar semakin banyak yang mengakses berbagai berita dari Asumsi sebagai informasi dan edukasi.

Asumsi mengetahui dengan jelas berbagai potensi yang akan diterima jika melakukan sirkulasi ulang berupa melakukan publikasi ulang yang tadinya hanya ada di kanal web, menjadi disebarluaskan kembali di Twitter. Banyaknya pengguna Twitter yang mencoba meleak akan berbagai kejadian, memungkinkan Asumsi menyebarluaskan pembaca agar semakin banyak yang mengakses kanal web. Asumsi memanfaatkan Twitter sebaik mungkin dan berupaya agar menarik lebih banyak orang dengan berita yang sebelumnya sudah melalui berbagai proses penyuntingan oleh dapur redaksi.

Berdasarkan latar belakang tersebut, penulis ingin meneliti lebih lanjut bagaimana proses penyebaran ulang berita melalui platform Twitter. Maka dari itu, penulis melakukan penelitian lebih lanjut dengan mengambil judul “Sirkulasi Ulang Berita Asumsi di Twitter Sebagai Bentuk Strategi Manajemen Media Jurnalisme Online (Studi Kasus Akun Twitter @asumsico).”

1.2 Fokus Penelitian

Penelitian ini berfokus pada penerapan penyebaran berita di aplikasi Twitter sebagai aplikasi paling aktual dalam menyebarkan informasi. Fokusnya yaitu dari cara @asumsico memberikan ruang lebih luas agar para penggunanya khususnya para followers mengakses berita yang baru saja terbit di kanal web.

1.3 Pertanyaan Penelitian

1. Bagaimana kriteria produk berita dari Asumsi dan cara melakukan verifikasi agar diketahui layak dan bisa dipublikasikan baik di kanal web maupun di Twitter?
2. Bagaimana cara menarik minat pengguna untuk klik berita yang sudah disajikan di Twitter @asumsico?
3. Bagaimana hambatan yang terjadi dan bentuk evaluasinya dalam penyebaran berita ke Twitter sebagai bentuk penyempurnaan strategi?

1.4 Tujuan Penelitian

Berdasarkan fokus penelitian yang telah dijabarkan di atas, dapat diketahui bahwa tujuan penelitian ini untuk:

1. Untuk mengetahui apa saja kriteria produk berita Asumsi dan cara melakukan verifikasi agar bisa disebarluaskan ulang di Twitter.
2. Untuk mengetahui cara menarik minat para pengguna Twitter untuk melakukan *klik* di *link* berita yang sudah disajikan.
3. Untuk mengetahui hambatan dan evaluasi yang terjadi dalam penyebaran berita ke Twitter sebagai bentuk penyempurnaan strategi.

1.5 Kegunaan Penelitian

Kegunaan penelitian pada kajian Ilmu komunikasi dengan judul penelitian “Sirkulasi Ulang Berita Asumsi di Twitter Sebagai Bentuk Strategi Manajemen Media Jurnalisme Online (Studi Kasus Akun Twitter @asumsico).” dapat memberikan manfaat baik secara akademis atau bahkan secara praktis. Berikut penjelasannya dari kedua kegunaan yang ingin dicapai dari penelitian yang dilakukan:

1.5.1 Secara Akademis

- a. Sebagai kontributor agar kerap bertambah ilmu pengetahuan Mahasiswa Jurnalistik dan semakin berkembang pemikirannya dengan memahami berbagai hal.
- b. Sebagai bahan kajian dalam Ilmu komunikasi dan memperkaya topik kajian di bidang komunikasi massa khususnya mengenai jurnalistik *online* dan media massa.

1.5.2 Secara Praktis

- a. Memberikan masukan bagi masyarakat yang cenderung sering berselancar di dunia maya untuk lebih mengeksplor tujuannya bermain media sosial, karena bisa memahami apa esensi sebenarnya dari bermain internet yaitu bisa juga mengakses informasi.
- b. Tidak mudah percaya begitu saja kepada arus berita yang belum tentu valid dan lebih percaya kepada berita yang memang disajikan dari akun media itu sendiri.

1.6 Landasan Pemikiran

1.6.1 Hasil Penelitian Sebelumnya

Tidak terlepas dari rujukan atau referensi-referensi sejenis, peneliti berkaca pada penelitian-penelitian sebelumnya untuk membuat penyusunan kerangka yang lebih optimal. Hal ini meliputi penelitian yang berhubungan dengan analisis ini.

Pertama, berasal dari kota yang sama yaitu Bandung. Mahasiswa/i asal Universitas Islam Bandung jurusan Manajemen Komunikasi bernama Trisakti Raksanagera dan Endri Listiani menerbitkan prosiding penelitiannya pada tahun 2020 dengan judul “Strategi Manajemen Media dalam Perusahaan Media Cetak”.

Kedua, naskah publikasi dari Universitas Muhammadiyah Surakarta yang ditulis oleh Ivan Reza pada tahun 2015 dengan judul “Strategi Manajemen Media Radio Pas FM Solo Dalam Meningkatkan Kinerja Kualitas Penyiar Untuk Menjaga Eksistensi Radio”.

Ketiga, sama-sama bernaung di bawah Kemenag. Penelitian oleh Ulfa Auliya Sarasti (2018) dari UIN Suska Riau dengan judul “Manajemen Program Suska News di Suska TV Dalam Meningkatkan Citra UIN Suska Riau”.

Keempat, Jurnal pada tahun 2021 oleh Reni Mustikasari dan Kiki Zakiah dari Fakultas Pasca Sarjana Ilmu Komunikasi, Universitas Islam Bandung. Berkolaborasi dengan Safutra Rantona dari Program Studi Ilmu

Komunikasi, Universitas Komputer Indonesia. Dengan judul “Strategi Manajemen Komunikasi Media Online Cerdik Indonesia Dalam Mengatasi Persaingan Antarmedia Online”.

Kelima, Jurnal pada tahun 2019 oleh Rangga Saptya Mohamad Permana dan Jimi Narotama Mahameruaji dari Program Studi Televisi dan Film, Fakultas Ilmu Komunikasi, Universitas Padjajaran. Dengan judul “Strategi Pemanfaatan Media Baru NET. TV”.



(Tabel 1.1 Matriks penelitian terdahulu pada penelitian skripsi)

No	Nama dan Judul Penelitian	Teori dan Metode Penelitian	Hasil Penelitian	Persamaan	Perbedaan
1.	Skripsi Trisakti Raksanegara dan Endri Listiani/ Universitas Islam Bandung/2020 Judul: Strategi Manajemen Media dalam Perusahaan Media Cetak	Penelitian kualitatif pendekatan studi kasus serta meneliti objek perusahaan media dengan berbagai strategi manajemen media	Mengetahui pelaksanaan kegiatan manajemen Harian Umum Pikiran Rakyat setelah menghadapi turunnya popularitas koran di Bandung	Menggunakan metode yang sama dan mencakup salah satu media konvensional	Dalam penelitian ini fokus pada media cetak yang secara fisik mengeluarkan produk, sedangkan penelitian penulis fokus pada penggunaan internet
2.	Skripsi Ivan Reza/ Universitas Muhammadiyah Surakarta/2015 Judul: Strategi Manajemen Media Radio Pas FM Solo Dalam Meningkatkan Kinerja Kualitas Penyiar Untuk Menjaga Eksistensi Radio	Deskriptif kualitatif dengan subjek penelitian orang yang terlibat dalam jalannya siaran di radio Pas FM Solo	Mengetahui penyusunan strategi atau rencana untuk meraih visi serta misi perusahaan Pas Fm Solo	Menggunakan metode yang sama dan fokus pada strategi manajemen media	Dalam penelitian ini fokus pada radio sebagai media perantara
3.	Skripsi Ulfa Auliya Sarasti/ UIN Suska Riau/2018 Judul: Manajemen Program Suska News di Suska TV Dalam Meningkatkan Citra UIN Suska Riau	Metode penelitian kualitatif yang berhubungan dengan kriteria program Suska News.	Mengetahui bahwa manajemen program Suska News di Suska TV sejauh ini sudah memenuhi kriteria dasar sebuah manajemen program	Metode yang sama dan sama-sama mengangajat soal manajemen	Manajemen yang diangkat di penelitian ini sedikit berbeda karena lebih ke manajemen program secara spesifik

4.	<p>Jurnal Reni Mustikasari, Kiki Zakiah, dan Safutra Rantona/ Universitas Islam Bandung/ Universitas Komputer Indonesia/2021</p> <p>Judul: Strategi Manajemen Komunikasi Media Online Cerdik Indonesia Dalam Mengatasi Persaingan Antarmedia Online</p>	<p>Metode penelitian yang digunakan penelitian ini adalah metode penelitian kualitatif, dengan analisis dan menjabarkan gejala</p>	<p>Hasil penelitian ini berupa strategi manajemen komunikasi bisnis yang telah dilakukan oleh Cerdik Indonesia dalam menghadapi persaingan, antara lain: Planing, Organizing, Actuating, dan Controlling</p>	<p>Menjadikan media online sebagai objek penelitian</p>	<p>Dalam penelitian ini fokus kepada persaingan antarmedia dan keunggulan strategi Cerdik Indonesia dibanding media lainnya</p>
5.	<p>Jurnal Rangga Sptya Mohamad Permana dan Jimi Narotama Mahameruaji/ Universitas Padjajaran/2019</p> <p>Judul: Strategi Pemanfaatan Media Baru NET TV</p>	<p>Penelitian ini menggunakan metode penelitian kualitatif studi kasus bersifat deskriptif. Kelebihan studi kasus terletak pada perbaikan teori (refining theory)</p>	<p>Perhatian besar NET. TV terhadap perkembangan teknologi, khususnya platform digital, membawa stasiun televisi ini kini menjadi salah satu stasiun televisi yang konten-konten programnya banyak digemari oleh khalayak</p>	<p>Meneliti bagaimana suatu media menaruh perhatian besar terhadap suatu strategi manajemen media agar semakin berkembang dan digemari</p>	<p>Dalam penelitian ini fokus pada stasiun televisi swasta nasional sebagai media perantara</p>

1.6.2 Landasan Teoritis

Landasan teoritis pada penelitian ini adalah new media atau media baru yang sebenarnya telah digunakan sejak tahun 1960an yaitu merujuk pada penggunaan serta penerapan seperangkat teknologi komunikasi. Beberapa ahli menggambarkan new media sebagai transisi perubahan yang baru dari media yang menggunakan teknologi analog ke media yang menggunakan teknologi digital. Maka dari itu, dapat disimpulkan bahwa new media merupakan media yang menggunakan teknologi digital sebagai basisnya. Bahkan beberapa ahli lain menekankan istilah “new” pada new media sebagai tanda keberlangsungan sejarah perkembangan media.

Menurut Lisa Gitelman dan Geoffrey B. Pingree, yang dimaksud dengan new media adalah semua media yang pada masa sebelumnya disebut sebagai “new media” dan media darurat yang dipandang sebagai media yang memiliki potensi maupun resiko.

New media dapat didefinisikan dengan cara menggabungkan teknologi informasi komunikasi beserta konteks sosial dan membawanya bersama tiga buah elemen yaitu alat-alat dan artefak komunikasi; kegiatan, praktis, dan penggunaan; dan organisasi sosial yang terbentuk di sekitar alat dan praktis. (Lievrouw dan S. Livingstone, 2009: 14)

Eksistensi media cetak mengalami penurunan jumlah cetak, yang adapun yang menjadi faktor utama turunnya media cetak adalah kemunculan internet. Tidak hanya berhubungan dengan media, pada dasarnya pola kehidupan masyarakat sedikit banyak turut berubah. Perubahan tersebut dirasakan karena kehadiran internet mempermudah

aspek kehidupan masyarakat terutama dalam hal komunikasi, ini dibantu dengan berbagai alat komunikasi dan alat elektronik yang serba canggih lainnya. Selain komunikasi, internet juga membawa pengaruh besar terhadap pola pikir dan perilaku seseorang, hal ini didasarkan berbagai informasi yang diterima lebih banyak dari sebelumnya yang serba terbatas. Media cetak dianggap tidak lagi mampu memenuhi kebutuhan dalam aspek yang mudah diakses. Masyarakat semakin membutuhkan informasi yang disajikan secara *real time* karena menyesuaikan dengan perubahan sosial dimana kecepatan menjadi faktor utama yang dibutuhkan.

Media perlu menyesuaikan diri karena banyak generasi muda yang tentu mempengaruhi jenis informasi yang ada. Mayoritas pengakses informasi adalah para generasi muda yang menganggap masa kini terasa lebih modern dibanding media cetak yang terkesan tradisional. Media baru memiliki estetika sendiri dengan berbagai kualitas sosial yang terpisah dari media lama, namun tidak mengurangi kredibilitas berita itu sendiri. Beragam jenis media baru dapat dijadikan sumber informasi yang melibatkan proses informatisasi dengan penerimaan audiens yang berbeda.

Kecepatan perkembangan media baru yang didukung oleh teknologi komunikasi tidak bersifat tetap setiap saat. Terdapat sebuah teori tentang new media dan sebuah fenomena konvergensi. Konvergensi dibuat sebagai fenomena new media yang terkait dengan digitasi. Suatu kajian tentang sejarah teknologi media dan teknologi telekomunikasi menunjukkan digitasi bukan kondisi yang diperlukan bagi konvergensi atas aksitektur broadcast dan aksitektur network (Holmes, 2012: 27).

Marshall McLuhan dalam *Electronic Revolution Effects of New Media* mencetuskan untuk pertama kali istilah media. McLuhan berpendapat bahwa revolusi elektronik telah memberikan dampak yang sangat besar pada dekade 1950an di Amerika Serikat. Revolusi elektronik yang diakibatkan oleh berbagai media telekomunikasi dan media massa televisi telah membawa struktur informasi simultan kepada masyarakat elektronik (Holmes, 2009: 684). Pada tahun 1960an terdapat pergeseran era media yaitu dari teknologi cetak menjadi teknologi elektronik. Kemudian McLuhan menjelaskan pemikirannya mengenai implikasi penggunaan media elektronik tersebut dengan perspektif yang luas. Jadi, selain berkenaan dengan informasi, media baru juga dapat mentransformasi suatu pengalaman serta masyarakat karena dapat memberikan pengaruh melalui berbagai bentuk pesan beserta isinya yang dikirimkan.

Dalam teori era media pertama, terdapat pendekatan integrasi sosial yang sudah mulai dikenal. Pendekatan tersebut merupakan pendekatan yang termasuk ke dalam teori era media pertama, menekankan suatu transmisi yang dapat mengurangi kemungkinan terjadinya interaksi. Lev Manovich dalam bukunya *The New Media Reader* menjelaskan bahwa media baru adalah objek budaya dan paradigma baru dalam dunia media massa di tengah masyarakat. Menggunakan teknologi komputer dalam penyebarannya dan dikendalikan melalui data digital oleh aplikasi tertentu. Melalui fakta tersebut, maka media baru dapat dikategorikan sebagai

pembaruan pada model penyebaran informasi yang memanfaatkan teknologi seperti perangkat lunak dengan baik.

Sementara itu, Martin Lister dkk., dalam buku *New Media: A Critical Introduction* menyatakan bahwa media baru merupakan sebuah terminology atau kata-kata khusus yang digunakan untuk menyebutkan sesuatu hal tentang perubahan skala besar dalam produksi media, distribusi media dan penggunaan media yang bersifat teknologis, harfiah, konvensional dan budaya.

Dibandingkan dengan jenis-jenis media lain, media baru semakin berkembang sebagai salah satu jenis media yang digandrungi di tengah masyarakat global karena memiliki karakteristik tersendiri. Komunikasi yang dilakukan bersifat interaktif, yang artinya penerima dapat memilih, memberikan respon, menukar informasi, dan dihubungkan dengan penerima lainnya secara langsung. Media baru juga memiliki berbagai fleksibilitas dari segi bentuk, tekstur, atau yang lainnya. Beberapa ilmuwan lain termasuk Martin Lister, juga merumuskan bahwa media baru memiliki beberapa ciri khas, yaitu digital, interaktif, hipertekstual, virtual, jaringan, dan simulasi. Sebuah data digital merupakan bentuk data yang diolah dalam media baru yang menghasilkan produk digital. Adapun proses interaksi pada antar pengguna disebut sebagai interaktif. Hiperteks mengacu pada kemampuan pengguna untuk memulai membaca teks dari mana pun yang mereka inginkan. Jaringan mengacu pada ketersediaan konten yang cenderung banyak dan terbagi melalui jaringan internet. Simulasi dan

virtual dan memiliki keterkaitan yang erat dengan upaya untuk mewujudkan dunia virtual tertentu

New media berkaitan dengan strategi manajemen media. Tujuan dari manajemen media sendiri adalah untuk mempelajari bagaimana organisasi media yang menggunakan sumber daya baru untuk memenuhi kebutuhan dan keinginan khalayak. Manajemen media termasuk ke dalam bidang penelitian yang interdisipliner dan tertarik pada manajemen *outlet* media yang efektif.

Strategi manajemen merupakan poin penting dari berdirinya sebuah perusahaan. Manajemen itu sendiri adalah kegiatan yang dilakukan untuk mencapai tujuan awal yang sudah ditentukan. Manajemen ini dapat dilakukan baik oleh individu maupun sebuah organisasi untuk meraih pencapaian yang diinginkannya dengan melakukan aspek-aspek penting dalam manajemen.

Manajemen komunikasi adalah suatu aktivitas yang didalamnya terdapat perencanaan, penggerakan, pengorganisasian serta pengendalian yang mana seluruhnya diharuskan menggunakan komunikasi yang efektif untuk mendapatkan hasil sesuai dari tujuan perusahaan yang telah disepakati. Strategi manajemen media perlu diimplementasikan secara tindakan. Karena hal ini termasuk ke dalam proses yang begitu berkesinambungan. Dimulai dengan perumusan strategik, pelaksanaan dan

peninjauan kembali, hingga penyempurnaan strategi dilakukan demi mencapai satu tujuan yang sama.

Menurut David Hunger dan Thomas L. Wheelen, strategi merupakan serangkaian keputusan dan tindakan manajerial yang menentukan kinerja perusahaan dalam jangka panjang. Strategi tersebut termasuk ke dalam manajemen media massa dalam bentuk internet, sehingga cakupannya lebih luas dan tidak berhenti di situ saja.

Strategi tersebut tanpa sadar sudah kita terapkan dalam kehidupan sehari-hari yaitu dalam berkomunikasi agar pesan kita tersampaikan dengan baik. Komunikasi adalah perihal proses penyampaian dengan efek dapat mengubah sikap atau bahkan tindakan seseorang. Kemudian strategi ini dapat diterapkan ke bentuk media massa.

Strategi dalam komunikasi adalah cara mengatur pelaksanaan operasi komunikasi agar berhasil. Strategi komunikasi pada hakikatnya adalah perencanaan (*planning*) dan manajemen (*management*) untuk mencapai satu tujuan. Untuk mencapai tujuan tersebut, strategi tidak berfungsi sebagai peta jalan yang hanya menunjukkan arah, tetapi juga harus menunjukkan taktik operasionalnya (Yusuf Zainal Abidin, 2015:70).

Dengan audiens para pengguna aktif di dunia maya, kelompok sosial maya ini dapat didefinisikan sebagai kelompok yang rumik dan dibangun berdasarkan hubungan sekunder (Haris Sumadiria, 2015:240). Kelompok tersebut dibentuk begitu saja dan mayoritas diklasifikasikan dari kegemaran dan kebutuhannya. Dalam sistem internet, segala kegemaran dan kebutuhan tersebut dapat diakses dengan gratis, jika ada yang melakukan pembayaran pun akan dilakukan secara suka rela demi memenuhi tujuan para pengguna.

1.6.3 Landasan Konseptual

Dalam penulisan penelitian ini, peneliti memiliki gambaran dasar untuk mempermudah proses penyusunan dan pengerjaan penelitian. Dimulai dari penggunaan strategi manajemen media yang merupakan jenis penelitian yang sudah sesuai dan berdasarkan data-data faktual di lapangan. Peneliti melakukan metode tersebut pada salah satu media yakni Asumsi di akun Twitter terhadap sirkulasi ulang berita, dengan fokus antara media dan partisipan yang turut serta membuat penyebaran informasi baru secara lebih luas.

1.6.3.1 Strategi

Strategi adalah tindakan yang diambil demi mencapai satu atau lebih tujuan yang berhubungan dengan organisasi. Selain itu, strategi juga dapat didefinisikan sebagai arah umum yang ditetapkan untuk perusahaan dan berbagai komponennya untuk mencapai keadaan yang diinginkan di masa depan. Dihasilkan dari suatu proses perencanaan strategis yang terperinci sehingga terbentuk strategi.

Segala tentang integrasi kegiatan organisasi, pemanfaatan, dan alokasi sumber daya yang langka dalam lingkungan organisasi termasuk ke dalam strategi untuk memenuhi suatu tujuan. Penting untuk mempertimbangkan bahwa keputusan tidak diambil dalam ruang hampa saat merencanakan strategi, bahwa tindakan apa pun yang diambil oleh

perusahaan kemungkinan besar akan dipenuhi oleh reaksi dari mereka yang terpengaruh, pelanggan, karyawan, pesaing, atau bahkan pemasok.

Strategi juga dapat didefinisikan sebagai pengetahuan tentang tujuan, kebutuhan untuk mempertimbangkan kemungkinan atau perilaku aktual orang lain, dan ketidakpastian peristiwa. Strategi adalah cetak biru keputusan dalam sebuah organisasi yang menunjukkan tujuan dan sasarannya, mengurangi kebijakan utama, rencana untuk mencapai tujuan ini. Strategi juga dapat terdefinisikan melalui bisnis yang akan dijalankan perusahaan, jenis organisasi ekonomi dan manusia yang diinginkan, serta kontribusi yang direncanakan untuk diberikan kepada pemegang saham, pelanggan, dan masyarakat pada umumnya.

Tidak ada yang bisa meramalkan masa depan dengan pasti dan akurat, maka dari itu strategi dianggap penting. Tanpa pandangan ke depan yang sempurna, maka perusahaan harus siap untuk menghadapi peristiwa yang tidak pasti yang membentuk lingkungan bisnis. Strategi berkaitan dengan perkembangan jangka panjang daripada operasi rutin, yaitu berkaitan dengan kemungkinan inovasi atau produk baru, metode produksi baru, atau pasar baru yang akan dikembangkan di masa depan. Kemungkinan suatu perilaku pelanggan dan pesaing dapat diperhitungkan melalui strategi yang matang. Strategi juga berurusan dengan karyawan jika ingin memprediksi perilaku-perilaku dari berbagai karyawannya.

1.6.3.2 Manajemen

Manajemen merupakan suatu proses yang terdiri dari beberapa tindakan seperti perencanaan, pengorganisasian, pengarahan, serta pengendalian yang dilakukan dalam mencapai sasaran dan tujuan yang telah ditentukan sejak awal melalui pemanfaatan sumber daya yang ada. Penetapan dari berbagai prosedur kegiatan menjadi penting karena termasuk kepada proses perencanaan, ini dibutuhkan terlebih dahulu termasuk adanya perencanaan siaran di dalamnya.

Proses pencernaan ini terkait kepada proses penyiaran. Proses penyiaran program radio tentunya banyak orang yang terlibat yang ditempatkan di unit-unit tertentu, seperti programer, teknisi dan sebagainya. Selain itu dalam pengoprasinya dibutuhkan alat-alat seperti mixer, audio, microphone, processor, antena, headphone dan lain-lain. (Morissan, 2011: 126).

Kata 'manajemen' berasal dari bahasa Inggris yakni 'manage' yang memiliki arti mengatur, merencanakan, mengelola, mengusahakan, dan memimpin. Secara umum, pengertian manajemen merupakan suatu seni dalam ilmu dan pengorganisasian seperti menyusun perencanaan, membangun organisasi dan pengorganisasiannya, pergerakan, serta pengendalian atau pengawasan. Bisa juga diartikan bahwa manajemen merupakan suatu ilmu pengetahuan yang sistematis agar dapat memahami mengapa dan bagaimana manusia saling bekerja sama agar dapat menghasilkan sesuatu yang bermanfaat bagi orang lain maupun golongan tertentu dan masyarakat luas.

Secara etimologis, pengertian manajemen merupakan seni untuk melaksanakan dan mengatur. Manajemen ini juga dilihat sebagai ilmu yang mengajarkan proses mendapatkan tujuan dalam organisasi, sebagai usaha bersama dengan beberapa orang dalam organisasi tersebut.

Definisi manajemen sendiri sangat beragam karena banyak dikemukakan dan dijelaskan oleh para ahli dengan pemahaman, sudut pandang, dan penekanan yang berbeda-beda. Hal ini dikarenakan manajemen merupakan cabang ilmu sosial, sehingga batasan yang diberikan tergantung pada sudut pandang para pembuat definisi. Dijelaskan lebih jauh, manajemen adalah ilmu dan seni dalam mengatur proses pemanfaatan sumber daya manusia dan sumber-sumber lainnya secara efektif dan efisien untuk mencapai tujuan tertentu. (Malayu S.P Hasibuan, 2011: 2)

Manajemen media ditujukan untuk mempelajari bagaimana suatu organisasi media dapat menggunakan sumber daya yang terbilang cukup jarang untuk memenuhi keinginan dan kebutuhan masyarakat tertentu, ini termasuk ke dalam bidang penelitian bidang studi atau antardisiplin. Akibatnya adalah persimpangan akademik dua ilmu sosial yang berbeda: komunikasi dan bisnis.

1.6.3.3 Media

Kata media mengacu pada segala bentuk komunikasi yang menyampaikan informasi. Outlet media umum termasuk surat kabar, radio, televisi, majalah dan sumber internet seperti blog atau publikasi online. Saat ini, 'media sosial' adalah istilah yang akrab dengan banyak orang, ini menjelaskan informasi yang didistribusikan di situs jejaring sosial.

Tujuan utama media adalah untuk menginformasikan atau berkomunikasi dengan sebanyak mungkin orang, sekaligus. Publik bergantung pada media untuk belajar tentang isu-isu sosial dan politik, hiburan, peristiwa penting dunia, budaya populer dan berita lokal dan global.

Dulu, media kebanyakan terbatas pada surat kabar, majalah dan publikasi cetak lainnya. Teknologi membantu memajukan media dan memperluas pilihan bagi orang-orang untuk mendapatkan berita dan informasi harian, pertama di radio dan kemudian di televisi. Sekarang, jutaan orang mengandalkan internet untuk mendapatkan berita dan media online mereka menjadi sangat populer di seluruh dunia.

Media dan industri kreatif juga digunakan sebagai perbandingan dengan industri padat pengetahuan lainnya yang terpengaruh oleh disrupsi digital seperti manufaktur (Astrid Heidemann Lassen, 2018: 11). Sebuah topik yang menonjol menyangkut pengembangan dan implementasi strategi transformasi digital, terutama di pasar telekomunikasi, teknologi informasi dan media dan hiburan yang konvergen.

Sementara potensi media baru digali agar bisa diterapkan model komersial, ada ruang untuk investasi. Saat web mencapai status media massa skala global dan melebarkan sayap jangkauan, meskipun didasarkan pada paradigma baru, atau setidaknya berbeda, perebutan konsumen menjadi semakin kalut. Pergeseran paradigma untuk media dapat ditemukan dalam kesulitan memahaminya melalui model siaran komunikasi. (Jim Hall, 2001: 7)

1.6.3.4 Berita

Berita atau dalam bahasa Inggris news berasal dari empat petunjuk berikut ini: North East West South yang merupakan petunjuk arah dengan arti berurutan Utara, Timur, Barat, dan Selatan. Hal ini menunjukkan bahwa berita bisa datang dari mana saja. Berita adalah laporan dari peristiwa terkini, sesuatu yang tidak diketahui, informasi peristiwa terkini dan kejadian.

Berita adalah laporan tentang peristiwa terkini. Ini adalah informasi tentang sesuatu yang baru saja terjadi atau akan segera terjadi. Berita adalah laporan tentang terbaru kejadian di surat kabar, televisi, radio atau internet. Berita adalah sesuatu yang tidak diketahui sebelumnya. Dari semua ini, kita dapat dengan aman mendefinisikan berita sebagai perkembangan yang terjadi dalam 24 jam terakhir yang tidak diketahui luar dan yang merupakan kepentingan luas bagi orang-orang dan apa yang menghasilkan rasa ingin tahu di antara pendengar.

Secara umum dikatakan bahwa jika sebuah laporan berita memberikan jawaban atas enam pertanyaan, maka itu adalah item berita yang sempurna. Keenam pertanyaan ini mencakup 5W+1H. 5W artinya When atau kapan, Where atau di mana, What atau apa, Why atau mengapa, dan Who atau siapa. 1H adalah How atau bagaimana. Kecuali item berita memenuhi semua enam pertanyaan, maka berita tersebut

tidak lengkap. Ketika enam item lengkap maka berita itu menjadi penting untuk khalayak.

Berita adalah laporan tercepat mengenai fakta atau ide terbaru yang benar, menarik dan atau penting bagi sebagian besar khalayak, melalui media berkala seperti surat kabar, radio, televisi, atau media online internet (Haris Sumadiria, 2006: 65). Berita juga berarti laporan aktivitas manusia yang tidak dipublikasikan, yang berusaha untuk menarik, menginformasikan, atau mendidik pembaca.

Syarat pertama sebuah berita adalah bahwa sebuah tulisan tidak boleh dipublikasikan di manapun sebelumnya. Itu harus datang ke pembaca untuk pertama kalinya. Ini seperti kue panas yang datang langsung dari atas. Apa pun, yang telah dicetak sebelumnya, bukan merupakan berita. Ini mungkin apa saja tapi bukan berita. Unsur kedua adalah aktivitas manusia. Berita harus berhubungan dalam satu atau lain cara dengan aktivitas manusia. Manusia harus terlibat dalam suatu peristiwa yang diwujudkan dalam berita. Faktor penting ketiga adalah bahwa itu harus menarik bagi pembaca. Ketertarikan itu bisa bersifat fisik atau emosional. Prasyarat penting keempat adalah bahwa itu harus dirancang untuk memberikan semacam informasi kepada pembaca.

Informasi tersebut mungkin berkaitan dengan minat pembaca dalam bidang tertentu. Bahan terbaik adalah bahwa itu harus memiliki nilai pendidikan bagi pembaca. Pembaca harus dari kemajuan negara dan

membuat di bidang tertentu. Warga negara memiliki hak untuk mengetahui betapa asingnya negara mereka. Ini untuk pembaca negara. Sebuah berita adalah sejarah hari esok yang dikemas dalam paket makanan hari ini. Berita adalah arus pasang surut aspirasi manusia, aib umat manusia dan kemuliaan umat manusia. Ini adalah catatan terbaik dari kekejaman yang luar biasa dan cakupan yang luar biasa dari manusia. Berita adalah informasi terkini yang tersedia untuk umum tentang apa yang sedang terjadi. Hal ini memungkinkan orang untuk membuat pikiran mereka sebagai apa yang harus dipikirkan dan bagaimana bertindak.

Berita adalah laporan peristiwa yang benar-benar, ringkas dan akurat. Sebuah berita adalah laporan dari suatu peristiwa dan apa peristiwa itu sendiri. Berita berarti catatan peristiwa yang telah terjadi pada suatu zaman tertentu. Elemen penting dari berita adalah bahwa itu adalah peristiwa di mana beberapa jenis tindakan terjadi. Ini adalah laporan di mana tindakan dijelaskan diriwayatkan, disorot atau direkam. Berita ditulis secara komprehensif. Harus ada satu audiens atau kelas pembaca. Kepada siapa deskripsi itu akan disajikan dalam bentuk cetak atau siaran atau di layar TV atau film. Berita harus memprovokasi ke penerima atau setidaknya beberapa dari mereka untuk berpikir atau bertindak.

Ada kalimat terkenal tentang menulis berita: “Singkat dan sederhana adalah jiwa jurnalisme.” Jurnalisme memiliki bahasa khusus yaitu

bahasa jurnalistik yang sangat berbeda dari semua bahasa lain dan khususnya dari sastra. Bahasa jurnalistik sederhana, mudah, ringkas dan jelas. Tujuan dasarnya adalah untuk menyampaikan pesan dengan cara yang paling sederhana kepada massa karena setiap orang dalam massa tidak berpendidikan tinggi.

1.7 Langkah-Langkah Penelitian

1.7.1 Lokasi Penelitian

Peneliti akan melakukan penelitian di media Asumsi yang bertempat di Jl. Kemang Timur No.28, RT.13/RW.4, Bangka, Kec. Mampang Prpt., Kota Jakarta Selatan, Daerah Khusus Ibukota Jakarta 12730. Namun karena keterbatasan jarak, maka jika memungkinkan penulis akan melakukan penelitian jarak jauh dalam jaringan, sehingga penelitian akan tetap berjalan meskipun peneliti dan narasumber tidak berada di tempat yang sama.

1.7.2 Paradigma dan Pendekatan

Paradigma dari penelitian ini adalah konstruktivisme yang menganggao bahwa tidak ada realitas ataupun kebenaran tunggal. Realitas sosial diinterpretasikan oleh individu ataupun kelompok sehingga hasilnya akan beragam. Realitas tersebut harus ditafsirkan dan memakai pendekatan kualitatif. Paradigma konstruktivisme memandang ilmu pengetahuan atau kebenaran bersifat relatif, tetapi bisa berubah tergantung interpretasi tiap individu maupun kelompok.

Peneliti menggunakan paradigma konstruktivisme karena peneliti ingin mendapatkan pengembangan pemahaman yang membantu proses interpretasi suatu peristiwa.

Pendekatan penelitian ini merupakan penelitian deskriptif kualitatif. Bertujuan untuk memberikan gambaran mengenai suatu gejala yang terjadi di dalam masyarakat ataupun sekelompok orang. Penelitian ini meliputi beberapa ciri yang lebih spesifik dan detail, yaitu:

- a. Memberikan gambaran secara menyeluruh mengenai karakteristik masyarakat ataupun kelompok.
- b. Menggambarkan fasilitas yang ada di tengah-tengah masyarakat.
- c. Mampu memperkirakan orang yang memiliki kendali untuk menyampaikan suatu pendapat dan sikap.
- d. Penelitian ini berusaha untuk melakukan spekulasi atau hipotesa sementara.
- e. Penelitian ini mencari hubungan antara dua variabel atau lebih.

Oleh karena itu, penelitian deskriptif kualitatif bertujuan untuk membuka pintu secara selebar-lebarnya kepada semua orang untuk menunjukkan banyaknya fenomena realitas sosial yang terjadi dalam berbagai situasi dan kondisi. Upaya yang dilakukan dengan penelitian ini juga beragam seperti berusaha menunjukkan realitas sebagai suatu ciri, sifat, karakter, tanda, model, atau gambaran tentang kondisi, situasi, ataupun fenomena tertentu.

Sering kali dikritik karena disinyalir menghasilkan data subjektif, penelitian kualitatif ini termasuk ke dalam penelitian ilmiah yang tentu saja dapat dipercaya karena datanya valid. Penelitian ini justru memiliki keunggulan yaitu bisa menggali nilai-nilai yang ada dalam perilaku individu atau kelompok. Penelitian kualitatif yakin bahwa perilaku seseorang pasti memiliki korelasi dengan nilai-nilai yang dipercayai oleh individu itu sendiri, terlepas dari lingkungannya.

1.7.3 Metode Penelitian

Metode penelitian yang sesuai dengan fokus pada yang akan diteliti yakni metode penelitian studi kasus. Yang dimaksud kasus di sini ialah bagaimana kejadian penyebaran berita Asumsi yang masuk ke dalam upaya penyebaran ulang yang bisa dilihat begitu sederhana namun juga sekaligus kompleks.

Konteks yang mengitarinya dapat di lihat dari faktor banyaknya pembaca atau pengguna akun Twitter yang bisa saja meningkat dengan adanya strategi manajemen media yang baik. Studi kasus ini diperlukan untuk menemukan kecenderungan dan arah perkembangan suatu kasus.

1.7.4 Jenis Data dan Sumber Data

Jenis data yang digunakan pada penelitian yakni data kualitatif, dengan menggunakan metode studi kasus. Studi kasus menyajikan uraian menyeluruh yang mirip dan *relateable* dengan apa yang dialami langsung oleh pembaca dalam kehidupan sehari-hari (*everyday reallife*), dimana

peneliti mengkaji langsung dari contoh yang ada di akun Twitter @asumsico.

Berita yang dipublikasikan di Twitter sebelumnya sudah ada di portal berita Asumsi yaitu www.asumsi.co kemudian dengan banyaknya *netizen* pengguna Twitter, maka berita tersebut semakin banyak diakses sehingga lebih diketahui khalayak luas. Sedangkan untuk sumber data pada penelitian ini menggunakan dua sumber yakni sumber data primer dan sekunder:

1. Sumber Data Primer

Data primer digali dari berbagai informasi yang diperoleh melalui wawancara narasumber Asumsi. Narasumber yang dipilih merupakan narasumber yang kredibel dan berkenaan langsung dengan objek yang diteliti. Data yang diperoleh tersebut dipilih sesuai kriteria penelitian dengan fokus berbagai *link* berita yang sebelumnya tersajikan di kanal web berita Asumsi.

2. Sumber Data Sekunder

Data sekunder didapat dari studi literatur, mulai dari skripsi dengan topik sejenis sebagai referensi, berbagai buku, jurnal, artikel ilmiah dan sumber lainnya demi mendukung informasi dan data yang dibutuhkan saat penelitian dilakukan. Selain itu, adanya jaringan internet juga sangat membantu peneliti dalam

mencari berbagai hal yang berhubungan dengan seluruh aspek isi penelitian ini.

1.8 Informan

Menggunakan pendekatan kualitatif, data yang didapatkan yakni dari data di Twitter @asumsico dan untuk menguatkan penelitian maka dilakukan juga wawancara pada pihak terkait yakni media Asumsi untuk dimintai penjelasan mendalam mengenai strategi manajemen media yang memanfaatkan adanya jurnalisme *online*. Adapun informan yang dipilih peneliti sebagai sumber informasi dalam penelitian ini yakni:

1. Pemimpin Redaksi Asumsi
2. Ketua Divisi Marketing & Komunikasi Asumsi

1.9 Teknik Pengumpulan Data

Cara yang digunakan oleh peneliti untuk mengumpulkan data serta fakta pendukung adalah dengan tiga teknik. Teknik tersebut tentu sangat membantu dan menentukan untuk kedepannya, berkaitan pula dengan metodologi yang peneliti ambil.

1.9.1 Observasi

Dalam implementasinya, observasi tidak hanya berperan sebagai teknik paling awal dan mendasar dalam penelitian, tetapi juga teknik yang paling sering dipakai, seperti observasi partisipan, rancangan penelitian eksperimental, dan wawancara. Tujuan dari observasi adalah sebuah kesimpulan berupa deskripsi dan melahirkan suatu teori serta hipotesis.

Peneliti melakukan observasi secara individual karena kepentingan penelitian ini untuk pribadi bukan kelompok. Observasi individu berarti melakukan pengamatan secara mandiri, tanpa melibatkan campur tangan pihak lain. Kalau pun ada keterlibatan, itu termasuk ke dalam faktor dukungan dan tidak dikatakan sebagai observasi kelompok.

1.9.2 Wawancara

Teknik ini mengandalkan adanya tanya jawab dari narasumber atau informan terkait, yang pastinya kredibel agar jawabannya riil dan terpercaya. Wawancara dilakukan dengan mengikuti pedoman wawancara agar lebih terstruktur. Informan yang dikaji tidak dilihat berdasarkan jumlahnya namun sesuai dengan kebutuhan penelitian.

1.10 Teknik Penentuan Keabsahan Data

Penelitian kualitatif mendapatkan akurasi data dengan meneliti lebih lanjut subjek yang diteliti dengan setting yang alamiah (naturalistic). Penelitian kualitatif menekankan pentingnya kedekatan dengan situasi penelitian, agar peneliti paham dengan pasti realitas sosial yang berhubungan dengan topik yang diteliti.

Teknik yang digunakan adalah teknik triangulasi. Keandalan dan kesahihan data dijamin dengan membandingkan data yang diperoleh dari satu sumber dengan data yang didapat dari sumber lain. Teknik keabsahan ini menggabungkan berbagai pengumpulan data sehingga lebih lengkap dan lebih menyeluruh dalam menguji kebenaran data tersebut sehingga peneliti dapat

dengan yakin bahwa data tersebut terbukti valid. Triangulasi menjadi kunci utama yang menawarkan untuk mengatasi kekurangan dari metode tunggal. Adapun metodologis triangulasi yang dilakukan pada pemeriksaan absahan data meliputi:

1.10.1 Triangulasi Metode

Triangulasi yang didapatkan dengan menghimpun data dengan cara atau metode lain. Penelitian kualitatif kerap kali menggunakan metode wawancara dan observasi secara online melalui akun Twitter @asumsico. Dengan berbagai metode tersebut, peneliti dapat mengandalkan gabungan dari metodenya untuk mengetahui hasil yang lebih dalam dan lebih rinci.

Selain itu juga, peneliti dapat memilih narasumber atau informan yang tentunya kredibel dengan cukup bervariasi agar bisa melakukan sinkronisasi sehingga datanya bisa lebih terpercaya.

1.11 Teknik Analisis Data

Teknik menganalisis data dengan pendekatan kualitatif ada beberapa tahap dalam bentuk narasi yaitu: *Pertama*, pengumpulan data. Data yang ada dikumpulkan dari berbagai riset yang telah dilakukan peneliti, tidak harus banyak karena tidak melihat jumlah namun cukup. *Kedua*, mengelompokkan data. Data dikelompokkan agar lebih mudah untuk mengorganisirnya dan memisahkan klasifikasinya. *Ketiga*, memilih dan memilah data. Menerapkan prinsip selektif sehingga data tidak semuanya ditelan mentah-mentah, ada proses seleksi di sana karena peneliti dapat memilih dan memilih data yang

akurat dan mana saja yang kurang tepat. *Keempat*, hasil analisis. Dengan data dan fakta yang ditemukan, kesimpulan dari hasil penelitian ini disajikan dengan baik.

Miles and Huberman dalam Sugiyono (2012:210) mengatakan bahwa Analisis yang kemudian digunakan adalah analisis interaktif berupa reduksi data, penyajian data, dan penarikan kesimpulan atau verifikasi. Ketiga tahapan tersebut dipercaya mampu memberikan hasil yang signifikan dengan gabungan kekuatan dari masing-masing tahapan yang jika dilakukan dengan apik mampu memberikan hasil analisa yang memuaskan.

