



Hak cipta dan penggunaan kembali:

Lisensi ini mengizinkan setiap orang untuk menggubah, memperbaiki, dan membuat ciptaan turunan bukan untuk kepentingan komersial, selama anda mencantumkan nama penulis dan melisensikan ciptaan turunan dengan syarat yang serupa dengan ciptaan asli.

Copyright and reuse:

This license lets you remix, tweak, and build upon work non-commercially, as long as you credit the origin creator and license it on your new creations under the identical terms.

BAB II

KERANGKA TEORI

2.1 Penelitian Terdahulu

Artikel yang pertama merupakan jurnal berjudul “*Social Media in Disaster Management: How Social Media Impact The Work of Volunteer Groups and Aid Organisations in Disaster Preparation and Response*” yang ditulis oleh Oliver Mauroner dan Anna Heudorfer. Mauroner dan Heudorfer meneliti tentang bentuk penggunaan media sosial dalam manajemen bencana, dengan fokus pada kelompok relawan dan organisasi bantuan. Tujuannya adalah untuk menyelidiki apakah tindakan kolektif melalui media sosial dapat mengarah pada pengembangan komunitas virtual yang dapat menyalurkan bantuan, dan bagaimana proses itu berjalan.

Data penelitian ini didapat dengan melakukan wawancara pada kelompok dan organisasi bantuan. Selain itu, juga dilakukan survei kepada masyarakat. Dua bencana yang dianalisis sebagai contoh kasus, yaitu banjir di Jerman dan Topan Haiyan di Filipina, keduanya terjadi pada tahun 2013. Hasilnya menunjukkan bahwa penggunaan media sosial dalam manajemen bencana mencerminkan kecenderungan umum ke arah

partisipasi masyarakat yang semakin kuat dalam komunikasi publik. Namun, media sosial hanya menjadi bagian dari strategi yang lebih komprehensif yang diperlukan untuk respons bencana dan peringatan dini. Strategi komunikasi bencana inilah yang nantinya akan peneliti coba terapkan untuk menganalisis pemberitaan bencana di media sosial.

Artikel kedua berjudul “Twitter Sebagai Bentuk *Citizen Journalism* Baru di Internet (Analisis Isi Kualitatif Pemberitaan Bencana Lahar Dingin dan Penampakan Halo Matahari di Akun Jogja Update di Situs *Microblogging* Twitter sebagai Media *Citizen Journalism* bagi Masyarakat Yogyakarta Periode 1 Januari 2011-5 Januari 2011)” yang ditulis oleh Jayanti. Adapun konsep yang digunakan dalam penelitian yang dimuat di situs milik Universitas Atma Jaya Yogyakarta ini adalah internet dan *citizen journalism*. Adapun tujuan penelitiannya adalah untuk mengungkap bagaimana isi pemberitaan di akun Twitter Jogja Update sebagai salah satu bentuk *citizen journalism*. Objek yang diteliti yaitu akun Twitter Jogja Update, khususnya cuitan pada periode 1-5 Januari 2011 yang memuat berita mengenai bencana lahar dingin dan penampakan halo matahari. Teknik analisis data yang dilakukan menggunakan model interaktif milik Miles dan Huberman.

Dari penelitian ini ditemukan hasil bahwa dengan batasan 140 karakter yang disediakan twitter mempengaruhi kelengkapan isi berita yang diposting oleh *Jogja Update*. Kebanyakan unggahan hanya mengandung unsur apa, dimana dan kapan. Namun, aktualitas dari

unggah *citizen journalism* memang tidak perlu diragukan, karena menurut penelitian ini peristiwa yang diinfokan masih terjadi ketika cuitan diposting di twitter. Sama seperti penelitian tersebut, peneliti menggunakan media sosial untuk menganalisis pemberitaan terkait dengan bencana. Adapun kesamaan lainnya adalah pada penggunaan unsur pembangun berita yang akan digunakan peneliti sebagai salah satu indikator untuk melihat bentuk pemberitaan di media sosial.

Artikel ketiga merupakan jurnal berjudul “*New York Times and Network TV News Coverage of Foreign Disasters: The Significance of the Insignificant Variables*” yang ditulis oleh Douglas A. Van Belle (2000). Dalam jurnal tersebut, Van Belle meneliti beberapa faktor yang mempengaruhi pemberitaan berita bencana internasional di koran New York Times dan televisi. Merujuk pada penelitian-penelitian sebelumnya, Van Belle menguji pengaruh tiga faktor penting, yaitu jarak, banyaknya korban, dan turis Amerika, serta faktor-faktor tambahan terhadap pemberitaan berita bencana internasional.

Dengan menggunakan metode analisis isi, hasil dari penelitian ini menunjukkan banyaknya korban menunjukkan seberapa besar bencana yang terjadi, dan paling berpengaruh terhadap munculnya pemberitaan di kedua media. Begitu juga dengan faktor jarak antara lokasi bencana dengan Amerika. Adapun faktor turis Amerika lebih signifikan jika dijadikan variabel dalam penelitian pemberitaan bencana di wilayah tertentu. Faktor-faktor penting atau signifikan yang diuji dalam penelitian

tersebut dapat dijadikan refensi dalam penelitian analisis isi pemberitaan pada akun Instagram @detikcom dan @idntimes ini.

Artikel keempat merupakan jurnal berjudul “*Comparing Visual Framing in Newspapers: Hurricane Katrina Versus Tsunami*” yang ditulis oleh Porismita Borah (2009). Dalam jurnal ini, Borah mengkaji bagaimana surat kabar di Amerika menggambarkan bencana Tsunami Aceh atau Tsunami Samudra Hindia tahun 2004 dan Badai Katrina tahun 2005. Metode analisis *framing* dilakukan dengan mengamati objek penelitian yaitu gambar atau foto yang terkait dengan pemberitaan dua bencana tersebut di surat kabar *The New York Times* dan *The Washington Post*. Periode waktu yang digunakan sebagai batasan yaitu satu minggu setelah bencana terjadi, dan terkumpul sebanyak 264 sampel gambar terkait pemberitaan bencana tsunami (106 gambar) dan badai (158 gambar) tersebut. Penentuan *framing* didasarkan pada studi literatur yang telah dilakukan sebelumnya, seperti analisis *framing* Kahneman dan Tversky, serta Dimentrova dan Stromback. Lima basis *frame* yang paling menonjol kemudian digunakan untuk penelitiannya, yaitu *Lives-saved* dan *Lives-loss Frame*, *Pragmatic Frame*, *Human-Interest Frame*, serta *Political Frame*.

Selain itu, Borah juga menganalisis perbandingan visualisasi pemberitaan bencana dengan basis *frame* yang paling menonjol di surat kabar *The New York Times* dan *The Washington Post*, serta sejauh mana kedua media menampilkan gambar atau foto korban yang tewas. Hasilnya, basis *frame* yang paling menonjol dalam foto/gambar pemberitaan

bencana di kedua media tersebut adalah *lives-saved frame* dan *pragmatic frame* yang menggambarkan korban bencana yang selamat. Untuk bentuk visualisasi pemberitaan kedua media terkait tsunami, menunjukkan lebih banyak gambar yang berkaitan dengan kematian dan emosi, serta *angle* foto yang diambil dari jarak dekat. Berbeda dengan visualisasi pemberitaan terkait badai, kedua media lebih menggambarkan proses bantuan dan korban selamat. *Angle* foto korban tewas terkait badai, lebih dominan diambil dari jarak jauh. Proses menganalisis bentuk visual dari pemberitaan diharapkan dapat dijadikan referensi dalam penelitian ini, mengingat analisis yang akan dilakukan adalah pada media sosial Instagram, yang fokus pada aktivitas berbagi foto.

Peneliti melihat bahwa variabel-variabel yang digunakan dalam penelitian-penelitian di atas dapat dijadikan referensi untuk menganalisis pemberitaan pada akun Instagram @detikcom dan @idntimes, terutama untuk melihat bentuk atau model pemberitaan bencana selama setahun terakhir di kedua akun Instagram tersebut. Meskipun tetap ada penelitian yang fokus kepada media massa secara umum, seperti televisi dan surat kabar, peneliti melihat bahwa variabel yang digunakan cukup relevan dan dapat dijadikan rujukan untuk menganalisis pemberitaan bencana di media sosial.

U N I V E R S I T A S
M U L T I M E D I A
N U S A N T A R A

2.2 Teori dan Konsep

2.2.1 Teori Normatif Komunikasi Massa

Secara umum, media dianggap memiliki pengaruh yang kuat pada kehidupan masyarakat, mulai dari memengaruhi alam pikiran hingga tindakan seseorang. Oleh karena itu, media juga harus bisa menjalankan tanggung jawab sosialnya. Dalam teori normatif, media massa tak hanya berperan sebagai perantara atau sarana komunikasi pemerintah saja, tapi media juga harus memenuhi harapan masyarakat terhadap pers itu sendiri (McQuail, 2012, pp. 163, 185).

Kebebasan pers yang ada saat ini perlu dimanfaatkan sebaik mungkin oleh media untuk melaksanakan tanggung jawab sosialnya. Ditambah lagi dengan perkembangan media saat ini, yang memungkinkan media dalam menyebarkan informasi secara universal. Media dapat menjadi sarana bagi masyarakat untuk mengekspresikan suara dan pandangan yang berbeda, membantu pembentukan opini publik, hingga memfasilitasi debat (McQuail, 2012, pp. 171, 173). Christians dan koleganya (2009, p. 65) juga menyampaikan bahwa informasi-informasi yang disampaikan oleh media dapat mengarahkan masyarakat pada pemilihan keputusan yang tepat. Oleh karena itu, media juga perlu menerapkan norma-norma dan standar yang berlaku di masyarakat dalam melakukan praktik jurnalisme (McQuail, 2012, pp. 171, 173, 185).

2.2.2 Jurnalisme

Secara umum, jurnalisme dikenal sebagai sebuah disiplin dalam pelaporan berita (Barnhurst & Nerone, 2009, p. 20). Dalam bukunya, Luwi Ishwara mengungkapkan bahwa jurnalisme adalah seni dan profesi dimana seorang jurnalis dengan tanggung jawab profesional menangkap aspek-aspek yang unik dari setiap peristiwa yang dilihatnya. Jurnalisme bukan tentang menulis saja, tapi juga proses kegigihan dalam mencari dan menanyakan hal-hal pelik (Ishwara, 2011, pp. 17–18).

Pers juga memainkan berbagai peranan dalam masyarakat. Dalam Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 40 Tahun 1999 tentang Pers pasal 3, disebutkan bahwa pers nasional mempunyai beberapa fungsi utama, di antaranya:

- a. Sebagai media informasi: Fungsi pers sebagai media informasi atau pelapor berarti pers sebagai mata dan telinga publik, yang melaporkan peristiwa-peristiwa di luar pengetahuan masyarakat dengan netral, agar masyarakat mengetahui apa yang sedang terjadi. Fungsi ini juga berlaku ketika pers menyebarkan pernyataan-pernyataan pemerintah (Ishwara, 2011, p. 18).
- b. Fungsi pendidikan: Fungsi pers yang mendidik bermakna bahwa pers harus menyampaikan informasi positif yang

mencerdaskan masyarakat (Hikmat, 2018, p. 72). Untuk itu, dalam melaporkan peristiwa, pers perlu menambah bahan untuk menganalisis peristiwa tersebut, agar laporan yang disajikan lebih kaya dan mendalam (Ishwara, 2011, p. 18). Dengan begitu pemahaman masyarakat akan semakin bertambah.

c. Fungsi hiburan: Fungsi ini menuntut pers agar mampu memerankan dirinya sebagai wahana rekreasi yang menyenangkan dan menghibur, sekaligus menyehatkan bagi semua lapisan masyarakat. Fungsi hiburan dapat dilakukan dalam bentuk laporan *feature*, kisah fiksi, puisi, komik, hingga konten hiburan yang memuat kisah selebritis ataupun yang berbau humor (Hikmat, 2018, p. 73).

d. Sebagai kontrol sosial: Dalam UU No. 4 Tahun 1999 dijelaskan bahwa peran ini sangat penting untuk mencegah terjadinya penyalahgunaan kekuasaan baik korupsi, kolusi, nepotisme, maupun penyelewengan dan penyimpangan lainnya. Peran pers sebagai kontrol ini juga dikenal dengan sebutan *watchdog*, dimana selain mengontrol, pers juga sebagai pengkritik terhadap pemerintah dan juga lembaga publik (Ishwara, 2011, p. 19).

2.2.3 Bencana

Dalam Peraturan Pemerintah Republik Indonesia Nomor 21 Tahun 2008 tentang Penyelenggaraan Penanggulangan Bencana pasal 1, dijelaskan bahwa bencana merupakan peristiwa atau rangkaian peristiwa yang mengancam dan mengganggu kehidupan dan penghidupan masyarakat, baik yang disebabkan oleh faktor alam, faktor non alam, maupun faktor manusia, sehingga mengakibatkan timbulnya korban jiwa manusia, kerusakan lingkungan, kerugian harta benda, dan dampak psikologis. Setidaknya terdapat 12 jenis ancaman bencana yang berisiko tinggi di Indonesia, yang dikelompokkan dalam bencana geologi, hidrometeorologi, dan antropogenik. Bencana yang termasuk dalam bencana geologi adalah gempa bumi, tsunami, gunung api, dan gerakan tanah atau tanah longsor. Adapun untuk bencana yang termasuk dalam bencana hidrometeorologi yaitu banjir, banjir bandang, kekeringan, cuaca ekstrim, gelombang ekstrim, serta kebakaran hutan dan lahan. Sementara itu kelompok bencana antropogenik terdiri dari epidemic atau wabah penyakit dan gagal teknologi atau kecelakaan industri (BNPB, 2014, p. iv).

Letak geografis Indonesia yang berada pada rangkaian Cincin Api (*Ring of Fire*) yang membentang di sepanjang lempeng pasifik, lempeng tektonik paling aktif di dunia, menyebabkan negara ini rentan akan bencana geologi. Bencana yang termasuk

dalam kelompok bencana geologi yaitu gempa bumi, tsunami, letusan gunung api, dan tanah longsor. Selain itu, daerah pertemuan tiga lempeng tektonik lainnya, yaitu Eurasia, Indo-Australia, dan Filipina, yang berada di Indonesia juga memberikan kontribusi besar terjadinya bencana geologi tersebut (BNPB, 2014, pp. 17–18). Dampak bencana paling besar yang kerap terjadi di Indonesia juga disebabkan oleh bencana geologi, yaitu gempa bumi dan tsunami, baik dari segi lingkungan, sosial, maupun ekonomi (Nugroho, 2018, paras. 5, 8). Berikut ini merupakan penjelasan singkat dari macam-macam bencana geologi:

- a. Gempa Bumi: Getaran atau guncangan yang terjadi di permukaan bumi yang disebabkan oleh tumbukan antar lempeng bumi, patahan aktif, aktivitas gunung api atau runtuh batuan (“Definisi dan Jenis Bencana,” n.d., para. 8).
- b. Tsunami: Kata tsunami berasal dari bahasa Jepang yang berarti gelombang ombak lautan. Pengertian tsunami adalah serangkaian gelombang ombak laut raksasa yang timbul karena adanya pergeseran di dasar laut akibat gempa bumi (“Definisi dan Jenis Bencana,” n.d., para. 10).
- c. Letusan Gunung Api: Bagian dari aktivitas vulkanik yang dikenal dengan istilah erupsi. Bahaya letusan gunung api

dapat berupa awan panas, lontaran material (pijar), hujan abu lebat, lava, gas racun, tsunami dan banjir lahar (“Definisi dan Jenis Bencana,” n.d., para. 9).

d. Tanah Longsor: Salah satu jenis gerakan massa tanah atau batuan, ataupun percampuran keduanya, menuruni atau keluar lereng akibat terganggunya kestabilan tanah atau batuan penyusun lereng (“Definisi dan Jenis Bencana,” n.d., para. 11). Fenomena alam ini dikontrol oleh kondisi geologi, curah hujan dan pemanfaatan lahan pada lereng (BNPB, 2014, p. 22).

Untuk mengurangi dampak bencana yang besar, maka dibutuhkan penyelenggaraan penanggulangan bencana yang tepat.

Berdasarkan Peraturan Pemerintah Republik Indonesia Nomor 21 Tahun 2008 tentang Penyelenggaraan Penanggulangan Bencana pasal 1, penyelenggaraan penanggulangan bencana adalah serangkaian upaya yang meliputi penetapan kebijakan pembangunan yang berisiko timbulnya bencana, kegiatan pencegahan bencana, tanggap darurat, dan rehabilitasi. Secara umum, tahap penanggulangan bencana terdiri dari prabencana, tanggap darurat, dan pascabencana.

Komunikasi juga merupakan hal penting yang tak dapat dilepaskan dari proses penanggulangan bencana. Bahkan, komunikasi merupakan inti untuk sukses dalam mitigasi,

kesiapsiagaan, respons dan rehabilitasi bencana (Haddow in Utomo, 2018, p. 75). Dalam penelitiannya, Mauroner dan Heudofer (2016, pp. 199–200) mengkategorikan empat fase dalam proses komunikasi bencana, yaitu:

a. Mitigasi: Fase ini fokus pada pencegahan terjadinya bencana, sehingga dapat meminimalisir dampak yang akan terjadi. Dalam fase ini, koordinasi antar-aktor terkait penanggulangan bencana perlu dilakukan. Praktik komunikasi yang biasa dilakukan adalah mengedukasi masyarakat agar siap menghadapi bencana. Dalam konteks pemberitaan di media, informasi terkait fase mitigasi juga termasuk soal pembangunan infrastruktur dan pelaksanaan tata ruang yang dilakukan pemerintah.

b. Kesiapsiagaan (*preparedness*): Dalam fase ini, masyarakat yang berpotensi terkena dampak bencana diberikan peralatan yang dibutuhkan agar dapat bertahan dan selamat. Pemberitaan yang dilakukan dalam fase ini terkait aktivitas siaga darurat, yang mencakup gejala-gejala bencana dan pengamatannya dari para ahli, peringatan dini atau himbauan, pengambilan keputusan yang dilakukan pihak berwenang, hingga kondisi masyarakat yang mulai mempersiapkan diri. Misalnya

ketika level gunung berapi ditingkatkan menjadi waspada.

c. Respons: Fase ini dimulai ketika bencana terjadi.

Biasanya, mulai dilakukan penyelamatan dan evakuasi korban ketika bencana terjadi. Media berperan mengomunikasikan bencana yang baru terjadi tersebut (*breaking news*), yaitu informasi yang terkait tanggap darurat, termasuk proses evakuasi dan kondisi masyarakat setempat yang terdampak. Selain itu, media juga berperan sebagai penghubung antara korban dan pihak-pihak donatur atau yang ingin memberikan bantuan, serta mengenai kinerja pemerintah dalam melindungi, mengurus, dan memenuhi kebutuhan dasar pengungsi.

d. Pemulihan (*recovery*): Dalam fase ini komunikasi dilakukan untuk mengembalikan keadaan korban yang terdampak agar kembali normal dan sehat. Dalam pemberitaan di media, fase ini juga mencakup informasi terkait pemulihan prasarana dan sarana, rencana pembangunan yang dapat meminimalisir dampak bencana. Bukan hanya pembangunan fisik, tapi juga di sektor ekonomi, sosial, dan budaya.

2.2.4 Jurnalisme Bencana

Sering dengan kemunculan informasi-informasi baru, *genre* atau aliran baru jurnalisme pun muncul dan berkembang (Barnhurst & Nerone, 2009, pp. 17, 20). Jurnalisme bencana merupakan salah satu *genre* yang mulai berkembang di Indonesia, terutama setelah memasuki tahun 2000-an (Nazaruddin, 2015, p. 85). Jurnalisme bencana mencakup konsep seputar bagaimana media memberitakan bencana. Bukan hanya menyajikan informasi pada saat terjadi bencana, tetapi juga informasi yang berkaitan dengan pemulihan atau *recovery*.

Pengertian dari berita sendiri, yaitu informasi mengenai peristiwa yang masuk media massa. Jurnalis perlu menentukan dengan baik mana peristiwa yang layak dianggap sebagai berita, yang layak dimuat di media. Bencana merupakan salah satu yang sudah pasti layak dimuat di media, karena karakter bencana itu sendiri yang dianggap sebagai ‘peristiwa media yang sempurna,’ sehingga mengandung daya tarik luar biasa (Nazaruddin, 2015, p. 80). Namun, tetap ada kriteria atau nilai-nilai yang perlu dipertimbangkan ketika akan melakukan pemberitaan bencana.

Lewat penelitiannya soal bagaimana media memberitakan bencana, Betty Gama menyederhanakan nilai-nilai berita yang kemudian dipakai dalam penelitiannya tersebut. Di antaranya adalah *timeliness* (aktualitas), *proximity* (kedekatan), *consequence*

(dampak), *human interest*, dan *magnitude* (ketidaklaziman) (Gama, 2010, p. 11).

a. *Timeliness* (Aktualitas): artinya berita tersebut baru dan belum pernah disiarkan/dipublikasikan sebelumnya. Dikatakan aktual apabila disajikan dengan jarak waktu tidak terlalu lama dengan kejadian peristiwa/ucapan itu (Hikmat, 2018, p. 154). *Timeliness* juga terkait dengan momen atau saat yang tepat (Ishwara, 2011, p. 79), ketika peristiwa ramai diperbincangkan dan diperdebatkan orang-orang (Gama, 2010, p. 13).

b. *Proximity* (Kedekatan): nilai ini lebih seperti ukuran, yang sebagian dipertimbangkan dari melihat sisi khalayak (emosional) dan sebagian dari aksesibilitas untuk meliput peristiwa, seperti kedekatan budaya dan geografis (O'Neill & Harcup, 2009, p. 166).

c. *Consequence* (Dampak): suatu peristiwa yang mengakibatkan atau bisa mengakibatkan timbulnya rangkaian peristiwa yang mempengaruhi banyak orang.

Dampak atau konsekuensi dapat mengukur kelayakan peristiwa bencana ataupun kemajuan/progres (Ishwara, 2011, p. 78). Misalnya dilihat dari segi ekonomi, sosial, dan sebagainya (Gama, 2010, p. 14).

d. *Human Interest*: jurnalis akan bertindak lebih dari sekedar mengumpulkan fakta kejadian, serta menjelajahi lebih dalam mengenai unsur-unsur kemanusiaan dengan mengumpulkan bahan-bahan tambahan seperti menyangkut emosi, fakta biografis, kejadian-kejadian yang dramatis, deskripsi, motivasi, ambisi, kerinduan, kesukaan dan ketidaksukaan umum di masyarakat (Ishwara, 2011, p. 80). Berita yang disajikan misalnya membuat sedih, mendorong motivasi untuk menolong, hingga menimbulkan kekhawatiran dan simpati.

e. *Magnitude*: nilai ini berorientasi kepada besarnya peristiwa yang terjadi. Berita dianggap cukup signifikan atau tidak berdasarkan jumlah orang yang terlibat/terdampak maupun dalam dampak potensialnya (O'Neill & Harcup, 2009, p. 168). Peristiwa yang terjadi selain besar berdampak pada banyak orang, juga jarang terjadi sebelumnya, sehingga dianggap tidak lazim (Gama, 2010, p. 16).

Kemudian, dalam memproduksi berita perlu adanya unsur pembangun berita yang terdiri dari enam pertanyaan singkat.

Unsur-unsur tersebut, terdiri dari (Hikmat, 2018, p. 151):

a. *Who*: siapa orang-orang yang terlibat.

- b. *What*: apa peristiwa yang terjadi.
- c. *When*: kapan peristiwa tersebut terjadi.
- d. *Where*: dimana lokasi kejadian.
- e. *Why*: apa yang menjadi penyebab peristiwa itu.
- f. *How*: bagaimana peristiwa itu bisa terjadi, dijelaskan dengan menambahkan informasi-informasi (Ishwara, 2011, pp. 58–59).

Selanjutnya, jurnalis dapat mengomunikasikan pesan terkait bencana dengan tipe menginformasikan atau menceritakan. Apabila jurnalis hanya bertujuan menyampaikan informasi, yang hanya mencatat apa yang ditemukan dari peristiwa yang terjadi, maka laporan yang ditulis itu disebut berita lugas atau *hard news*. Tipe berita *hard news* ini cocok untuk diterapkan pada peristiwa besar yang baru pecah, seperti bencana tsunami, sehingga jurnalis ingin secepatnya melaporkan peristiwa tersebut kepada khalayak (Ishwara, 2011, pp. 82–83).

Namun, apabila jurnalis berusaha untuk menggali hal-hal menarik untuk disajikan kepada pembacanya, kemudian disusun dalam bentuk cerita yang halus, maka dapat disebut berita halus atau *soft news*. Tujuan dari pemberitaan tipe *soft news* ini biasanya untuk lebih menarik audiens, sehingga topik berita yang diangkat ringan dan tidak meululu harus faktual seperti berita lugas

(Ishwara, 2011, p. 84). Dalam konteks bencana misalnya tentang selebritis yang berkunjung ke daerah bencana, hal-hal unik yang terjadi di pengungsian, termasuk juga tips-tips atau informasi yang mendidik.

Kemudian, ada pula tipe berita yang sulit disampaikan secara lugas, tapi topik yang diangkat tetap faktual, misalnya cerita yang berisi unsur kemanusiaan. Tipe tersebut dikenal sebagai *feature*, dimana jurnalis melakukan reportase dalam bentuk berita halus, yaitu bercerita. Penyajian fakta pada tipe berita *feature* yaitu dengan menggunakan kata-kata kreatif, subyektif, dan menghibur. Jadi, tidak hanya menyampaikan fakta, tetapi jurnalis juga menggugah khalayak pada pengertian yang lebih dalam mengenai topik yang ditulis (Ishwara, 2011, p. 85).

Pemberitaan bencana penting, mengingat Indonesia adalah negeri yang rentan bencana. Setiap peristiwa bencana yang terjadi kemudian akan selalu diberitakan oleh media massa. Masyarakat pun bergantung pada media massa untuk mendapatkan informasi-informasi terkait bencana (Nazaruddin, 2007, pp. 163, 165).

2.2.5 Media Digital

Feldman (1997, pp. 1, 3, 5) menyebutkan bahwa media digital merupakan media yang dimana segala aktivitasnya berhubungan dengan komputer. Berbeda dengan informasi di

media konvensional, yang lebih menggambarkan keadaan yang sebenarnya dalam hasil produksi yang nyata dan berbentuk fisik, informasi di media digital dapat dimanipulasi, berjejaring, praktis, dan lebih ringkas. Sebelum lahirnya media digital, khalayak hanya dapat menyaksikan atau menikmati produk media di waktu yang telah ditentukan. Misalnya saja informasi dari radio atau televisi. Khalayak hanya dapat mengonsumsi konten program lewat perangkat elektronik tertentu di waktu yang telah ditentukan. Mereka tidak dapat mengontrol media yang ingin mereka nikmati.

Kini, dimana teknologi digital telah berkembang, khalayak dapat menikmati berbagai konten yang mereka inginkan dimana pun dan kapanpun, lewat perangkat berbasis komputer. Perubahan lain yang terjadi adalah khalayak tidak lagi pasif, mereka dapat membagikan dan saling bertukar informasi dalam bentuk digital secara bersamaan. Tak hanya itu, teknologi digital juga memungkinkan media untuk mendistribusikan atau membagikan informasi berkali-kali dengan menjangkau khalayak yang luas secara lebih mudah, murah, dan cepat (Carroll, 2014, pp. 33, 213).

Selain memiliki bentuk yang lebih ringkas, informasi digital juga lebih praktis, karena kontennya dapat dimuat dalam berbagai perangkat, bahkan perangkat yang kecil sekalipun, seperti *smartphone*. Kini khalayak dapat membaca buku ataupun mendengarkan radio hanya dengan satu perangkat *smartphone*,

ataupun perangkat lainnya. Khususnya, khalayak yang termasuk dalam generasi millennial, yang sangat bergantung pada internet dan media digital untuk mengakses berita ataupun informasi lainnya (Feldman, 1997, pp. 5–6; Phillips, 2014, p. 71).

2.2.6 Media Sosial

Begitu banyaknya kebutuhan yang dapat dipenuhi dari munculnya internet dan berkembangnya teknologi digital, membuat media yang dapat diakses melalui perangkat digital juga semakin banyak dan beragam. Salah satunya adalah aplikasi pesan dan media sosial. Popularitas media sosial sendiri kini semakin meningkat. Berdasarkan hasil survei yang dirilis Hootsuite dan We Are Social, hampir setengah dari total penduduk dunia aktif menggunakan media sosial.

Kaplan dan Haenlein (2010, p. 61), mendefinisikan media sosial sebagai sekelompok aplikasi berbasis internet yang dibangun berdasarkan kerangka pikiran ideologi dan teknologi dari Web 2.0, dan memungkinkan terbentuknya kreasi dan pertukaran isi informasi dari pengguna internet. Hal serupa juga diungkapkan

Danah Boyd dalam bukunya, *It's Complicated: The Social Lives Of Networked Teens*. Media sosial memungkinkan seseorang untuk membuat sendiri sekaligus membagikan konten yang mereka ciptakan (Boyd, 2014, p. 6).

Sementara itu, menurut Nasrullah media sosial merupakan media yang digunakan untuk mempublikasikan berbagai macam konten, serta menjadi tempat berlangsungnya komunikasi dan interaksi dalam jejaring sosial di media baru (Nasrullah, 2016, p. 36). Karena itu, media sosial dapat dilihat sebagai medium (fasilitator) *online* yang menguatkan hubungan antar pengguna sekaligus sebagai sebuah ikatan sosial. Dengan begitu, dapat disimpulkan bahwa media sosial adalah sebuah tempat atau ruang di internet yang memungkinkan kita untuk membuat dan membagikan sendiri konten yang kita inginkan, serta memungkinkan untuk melakukan aktivitas seperti interaksi sosial secara virtual.

Karena berbasis internet, media sosial memiliki sifat cepat dan mudah diakses. Selain itu dengan perkembangan teknologi yang ada juga membuat media sosial semakin ramah untuk diakses lewat perangkat *mobile*. Sifat lainnya yang dimiliki media sosial adalah interaktifitas, karena pengguna dapat saling berinteraksi dengan mudah (IDN Research Institute, 2019, p. 21). Kemajuan teknologi yang mendorong semakin banyaknya orang yang menggunakan media sosial, dan mulai bervariasi masalah dan kebutuhan yang ada di masyarakat, membuat media sosial kini semakin menjamur dan semakin banyak jenisnya. Bukan hanya menyajikan konten dalam bentuk teks, beberapa media sosial juga

menawarkan fitur-fitur visual, seperti foto, audio, dan video (Newman et al., 2018, p. 27).

Salah satunya media sosial yang semakin populer adalah Instagram. Instagram merupakan sebuah aplikasi media sosial yang diluncurkan tahun 2010 oleh Kevin Systrom dan Mike Krieger (“*About Us*,” n.d.). Media sosial ini menyediakan platform *online* bagi pengguna untuk berbagi foto atau video dengan cepat di manapun mereka berada, asalkan terkoneksi dengan internet. Platform media sosial ini mendorong interaksi sosial lebih lanjut melalui fitur *Tag*, *Komentar*, *Likes*, dan *Pesan Pribadi* dari satu pengguna ke pengguna lainnya. Setiap pengguna dapat menunjukkan persetujuan atau ketidaksetujuan dengan menyukai atau mengomentari unggahan foto yang telah diunggah (Wagner, Aguirre, & Sumner, 2016, para. 3).

Karena fokus menyediakan platform *online* untuk berbagi konten visual, seperti foto dan video, Instagram memiliki karakter estetika yang disukai banyak orang, terutama anak muda. Instagram juga dikenal sebagai media sosial yang inofatif dan mampu menumbuhkan reputasi secara efektif (Sehl et al., 2018, p. 19). Media sosial ini juga memungkinkan penggunanya untuk menyunting dan memberikan efek pada foto atau video sebelum mereka menunggahnya. Selain itu, pengguna juga dapat

manambahkan keterangan atau *caption*, *hashtag*, *tag*, *mention*, ataupun *geotag* sebagai pelengkap foto atau video yang diunggah.

Adapun fitur *hashtag* sendiri merupakan sebuah kata atau kombinasi beberapa kata yang diawali dengan tanda pagar (#). *Hashtag* biasanya digunakan untuk mengelompokkan berbagai konten di media sosial yang memiliki topik sama. Dengan begitu, orang akan lebih mudah untuk mencari informasi terkait topik tertentu di media sosial (Murzintcev & Cheng, 2017, p. 2). Konsep serupa juga terdapat pada fitur *geotag* atau *tag* lokasi, yang memungkinkan pengguna untuk menambahkan lokasi sebelum mengunggah foto atau video. Fitur ini juga dapat memperlihatkan berbagai unggahan dengan lokasi yang sama dalam satu kelompok (“Pusat Bantuan Instagram: Bagaimana cara menambahkan lokasi sebelum membagikan foto atau video saya?,” n.d.).

Selain *hashtag*, fitur lain yang dapat ditambahkan dalam penulisan *caption* yaitu *mention*. Yang mana, seorang pengguna dapat menyebut atau menyinggung pengguna lainnya dengan menambahkan tanda @ dan diikuti dengan nama akun Instagram.

Selanjutnya, orang yang di-*mention* akan mendapatkan pemberitahuan. Tak hanya menyebut akun Instagram seseorang dalam *caption*, pengguna juga dapat menandai secara langsung pengguna lainnya dalam foto ataupun video dengan fitur *tag*. Jika akun Instagram bersifat publik, maka siapapun dapat melihat foto

ataupun video yang ditandai tersebut lewat akun Instagram orang yang ditandai ataupun yang menandai (“Pusat Bantuan Instagram: Menandai dan Menyebut,” n.d.).

Tidak hanya pengguna sebagai individu, kini media-media massa, baik elektronik, cetak, ataupun *online*, juga menggunakan Instagram untuk mendistribusikan konten. Selain efektif mendistribusikan berita yang dibuat jurnalis, Instagram juga dapat menjadi sarana pencarian dan pengumpulan bahan berita (Hamna, 2017, p. 107; Woods, 2014, para. 9). Apalagi dengan banyaknya konten visual yang tersedia di Instagram, membuat media sosial ini berbeda dari Facebook dan Twitter yang prioritas utamanya mirip dengan media berita *online* pada umumnya, yaitu teks. Adapun rekonstruksi berita di Instagram biasanya dalam bentuk foto jurnalistik, video, ataupun infografis, dengan *caption* sebagai pelengkap berita (Prawitasari et al., 2019, pp. 158–157).

- a. Foto: Objek visual yang merefleksikan peristiwa sebenarnya (yang nyata) (Obalanlege, 2017, p. 356). Dalam konteks jurnalistik, foto dapat berdiri sendiri sebagai foto tunggal, baik disertai dengan teks pelengkap atau tidak. Selain itu, ada pula foto seri atau foto esai, yang terdiri dari dua atau lebih foto (Rarahita, 2013, p. 4). Instagram juga memungkinkan tersajinya lebih dari satu foto dalam sekali unggahan.

b. Video: Rekaman digital dari suatu gambar atau serangkaian gambar, seperti film atau animasi (“Definition of video,” n.d.). Selain dengan merekam peristiwa, video juga dapat dibuat dengan kombinasi gambar bergerak dan foto, atau dipadukan dengan infografik. Kombinasi antara gambar dan teks (yang berfungsi layaknya *caption*) juga menjadi ciri khas video yang kerap ditemukan dalam platform *online* (Wendratama, 2017, p. 85). Khususnya untuk video di Instagram biasanya memiliki durasi yang tiga sampai 60 detik.

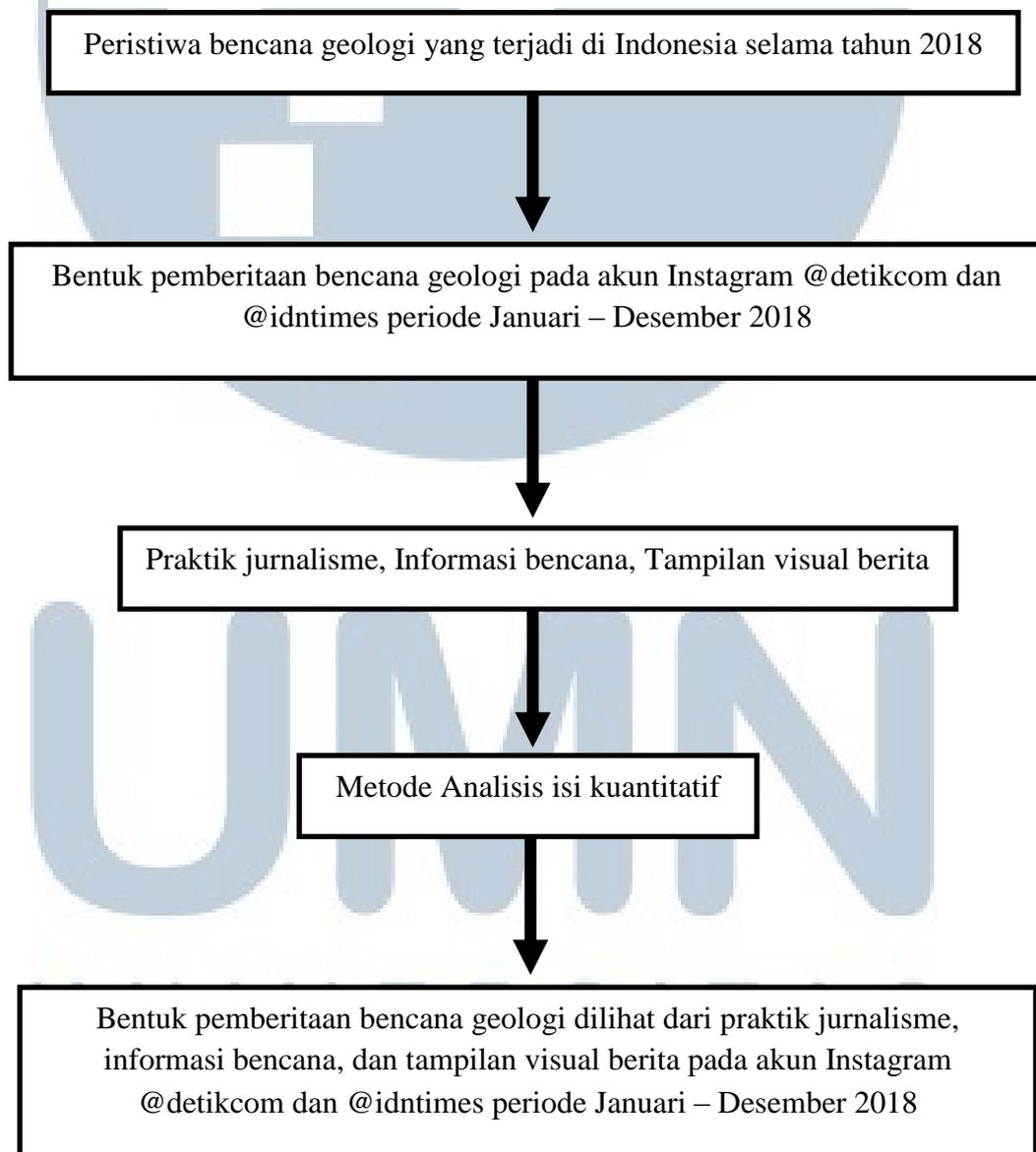
c. Infografis: Informasi atau data yang disajikan melalui gambar. Sajian gambar dalam infografis biasanya meliputi diagram, peta, hingga ilustrasi (Wicandra, 2007, p. 44), yang dibuat dengan bantuan komputer (Usher, 2019, p. 350). Selain itu, data berupa teks, dokumen, *screenshoots* dari media sosial atau situs berita (Bica, Palen, & Bopp, 2017, p. 5), yang bukan benar-benar hasil foto asli secara utuh termasuk dalam infografis.

Algoritma yang diterapkan Instagram juga memudahkan akses pada unggahan-unggahan yang berkaitan atau relevan, sehingga dapat membantu dalam mencari bahan berita. Oleh karena itu, banyak media massa yang memandang Instagram

sebagai platform media sosial yang potensial untuk membagikan konten secara efisien (Prawitasari et al., 2019, p. 154).

2.3 Alur Penelitian

Gambar 2.1 Alur penelitian



NUSANTARA