



### **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

Penelitian terdahulu menjadi acuan peneliti dalam melakukan penelitian ini, sehingga penulis dapat memperkaya referensi akan teori dan konsep yang terkait dengan penelitian yang dilakukan. Dalam proses penelitian, peneliti menggunakan dua penelitian sebagai acuan. Penelitian pertama berjudul “*Content Curation: A New Form of Gatewatching for Social Media*” yang disusun oleh Stanoevska-Slabeva, Sacco, dan Giardina (2012) yang membahas mengenai bagaimana penerapan kurasi konten dalam tiga tahap *gatewatching* (*input*, *output*, dan *response*) yang dilakukan jurnalis di media sosial. Menggunakan metode analisis konten terhadap berita yang dikurasi melalui *platform* Storify, penelitian ini mengambil kesimpulan bahwa kurasi konten media sosial yang dilakukan oleh jurnalis merupakan pendekatan *gatewatching* pada tahap *input* dan *response* sementara pada tahap *output*, media tetap melakukan kontrol terhadap konten yang dihasilkan melalui editor.

Penelitian kedua disusun oleh Cui & Liu dengan judul “*How Does Oline News Curate Linked Sources? A Content Analysis of Three Online News Media*” (2016). Cui & Liu menggunakan metodologi analisis konten untuk mengetahui pengaplikasian jurnalisme kurasi pada tiga media *online* yang berbeda yaitu New York Times, Vox, dan Huffington Post serta

implikasinya terhadap nilai-nilai jurnalistik dan peran *gatekeeping*. Pada penelitian ini, Cui & Liu memfokuskan praktik kurasi pada bagaimana media *online* mengkurasi konten yang dibagi menjadi tiga yakni sebagai sumber (*sourcing curation*), untuk mengkontekstualisasi (*contextualizing curation*), dan untuk interpretasi (*interpreting curation*). Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa praktik kurasi yang paling banyak dilakukan adalah *sourcing curation* diikuti oleh *contextualizing curation* sementara fungsi interpretasi (*interpreting curation*) masih sangat jarang diterapkan. Cui & Liu juga menyimpulkan bahwa peran tradisional jurnalis tetap berlaku dalam ketiga media *online* tersebut.

Kedua penelitian terdahulu yang telah dijabarkan di atas meneliti konten yang diproduksi oleh media yang menerapkan praktik kurasi dengan menggunakan metode kuantitatif yakni analisis konten. Konsep *gatewatching* dan jurnalisme kurasi yang digunakan pada kedua penelitian tersebut menjadi rujukan dalam penelitian ini. Apabila konsep jurnalisme kurasi pada kedua penelitian terdahulu lebih menitikberatkan pada hasil dari kurasi, penelitian ini memfokuskan konsepnya pada tahapan dari jurnalisme kurasi itu sendiri.

Penelitian ini menjadi perpanjangan dari saran yang diusulkan dalam kedua penelitian terdahulu. Stanoevska-Slabeva et al. (2012, p. 30) menuliskan bahwa penelitiannya dapat menjadi titik awal untuk meneliti perubahan peran jurnalis dengan munculnya fenomena kurasi media sosial dan menyarankan penelitian selanjutnya untuk mengeksplorasi bagaimana

praktik kurasi konten media sosial ini diintegrasikan dan diterapkan dalam ruang redaksi. Serupa, hasil penelitian Cui & Liu (2016, p. 15) menyediakan data dan penjelasan mengenai pola-pola pengkurasian yang dilakukan media dan menyarankan penelitian selanjutnya untuk melihat bagaimana aktivitas kuratorial ini dilakukan untuk mendapatkan pemahaman yang komprehensif mengenai perubahan dalam praktik jurnalisme. Oleh karena itu, penelitian ini berfokus pada bagaimana proses jurnalisme kurasi diterapkan pada media *online* yaitu pada kanal #TrenSosial BBC News Indonesia dengan menggunakan metode studi kasus.

Tabel 2.1 Penelitian Terdahulu

	Penelitian I	Penelitian II	Penelitian Sekarang
Judul	<i>Content Curation: A New Form of Gatewatching for Social Media</i>	<i>How Does Oline News Curate Linked Sources? A Content Analysis of Three Online News Media</i>	Implementasi Jurnalisme Kurasi pada Kanal #TrenSosial BBC News Indonesia
Rumusan Masalah	Apakah kurasi konten media sosial merupakan bagian dari <i>gatewatching</i> ?	Bagaimana media <i>online</i> mempraktikkan jurnalisme kurasi?	Bagaimana implementasi jurnalisme kurasi pada kanal #TrenSosial BBC News Indonesia?
Teori dan Konsep	a) <i>Gatekeeping</i> b) <i>Gatewatching</i> c) Kurasi Konten Media Sosial	a) Media <i>Online</i> b) <i>Gatekeeping</i> c) Jurnalisme Kurasi	a) <i>Gatewatching</i> b) Media <i>Online</i> c) Media Sosial d) Jurnalisme Kurasi
Metode Penelitian	Analisis Konten (Kuantitatif)	Analisis Konten (Kuantitatif)	Studi Kasus (Kualitatif)

Hasil Penelitian	Kurasi konten media sosial dilakukan pada tahap <i>input</i> dan <i>response</i> <i>gatewatching</i> .	Praktik kurasi yang paling banyak dilakukan oleh media <i>online</i> adalah sebagai sumber ( <i>sourcing curation</i> ), diikuti oleh fungsi kontenstualisasi ( <i>contextualizing curation</i> ). Selain itu, peran tradisional jurnalis tetap berlaku.	
------------------	--	--	--

## 2.2 Konsep-Konsep yang Digunakan

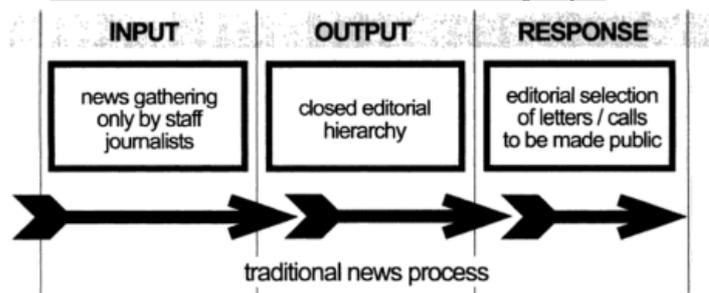
### 2.2.1 *Gatewatching*

Sejak pertama dicetuskan, teori *gatekeeping* telah banyak digunakan untuk menganalisis bagaimana media menyeleksi dan mengontrol berita. Istilah *gatekeeping* digunakan untuk menjelaskan proses menyeleksi konten yang akan melalui “gerbang” dan menjadi produk berita. Penjaga gerbang atau “*gatekeeper*” menentukan konten apa yang paling relevan, ditujukan untuk siapa, dan bagaimana pesan tersebut disampaikan (Adornato, 2018, p. 6).

Menurut Shoemaker & Vos (2009, p. 21), *gatekeeper* mengendalikan informasi apa yang sampai ke masyarakat dan bagaimana realitas sosial dibingkai.

Di saat informasi dan salurannya masih terbatas dan hanya jurnalis yang memiliki akses terhadap sumber berita, media harus membuat keputusan akan informasi apa yang layak dilaporkan (Bruns, 2017, p. 26). Sebelum kemunculan internet dan media sosial, editor, produser, dan reporter merupakan *gatekeeper*. Proses produksi berita pada media tradisional bersifat satu arah dan audiens menerima informasi secara pasif (Adornato, 2018, p. 6).

Gambar 2.1 Proses *Gatekeeping*



Sumber: Bruns, 2005, p. 12

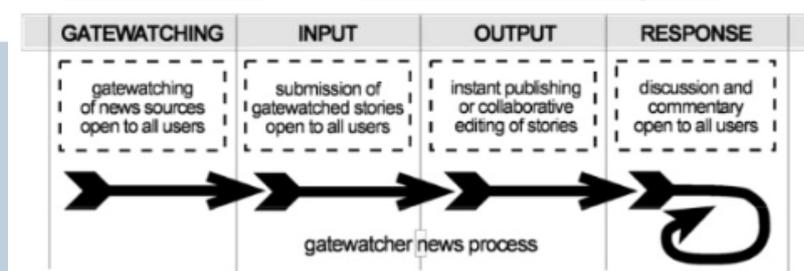
Dalam bukunya, Bruns (2005, p. 12) membagi proses *gatekeeping* ke dalam tiga tahap yaitu *input*, *output*, dan *response*. Pada tahap *input*, proses *newsgathering* secara eksklusif dilakukan oleh jurnalis. Pada tahap *output*, proses editorial dilaksanakan secara tertutup dan editor memilah dan membuat keputusan akhir atas materi berita yang akan diterbitkan. Sementara pada tahap *response*, editorial menyeleksi dan membatasi respons audiens yang dimuat di kolom surat kabar atau disiarkan di televisi.

Namun, peran *gatekeeping* yang dilakukan jurnalis ini berubah dengan kemunculan media digital (Chin-Fook & Simmonds, 2011, p. 30). Menurut Adornato (2018, p. 6-7), konsep tradisional *gatekeeping* sudah terbalik. Produser, editor, dan jurnalis tidak lagi menjadi satu-satunya yang memiliki kontrol terhadap konten yang melalui gerbang. Dengan adanya perangkat *mobile* dan media sosial, masyarakat dapat membuat konten mereka sendiri. Konten yang dibuat masyarakat non-jurnalis dan disebar di *platform* media sosial ini disebut juga sebagai *user-generated content*. Basen dan Keen berargumen bahwa *platform* media digital mereduksi gerbang yang ada sehingga memberikan setiap orang kesempatan yang sama untuk menjadi *gatekeeper* (dalam Chin-Fook & Simmonds, 2011, p. 14). Sedangkan Cui & Liu (2016, p. 5) berpendapat, meningkatnya penetrasi internet membuat sumber informasi semakin meningkat dan beragam, memungkinkan apa yang disebut Gans sebagai '*multiperspectival news*' (berita yang multiperspektif).

Hal ini pun berpengaruh terhadap cara kerja jurnalis. Menurut Bruns, jurnalis yang dulunya mengontrol konstruksi realitas sosial kini malah melakukan kurasi dengan mempublikasikan ulang konten yang telah dipublikasi dalam sebuah situs melalui *platform* jurnalistiknya. Artinya, jurnalis tidak lagi berperan sebagai *gatekeeper* melainkan sebagai *gatewatcher*

(Wallace, 2017, p. 4). *Gatewatcher* mengobservasi materi apa yang tersedia dan juga menarik, mengidentifikasi informasi baru yang berguna dengan maksud untuk menyalurkan informasi tersebut dalam bentuk laporan berita yang terstruktur (Bruns, 2005, p. 18).

Gambar 2.2 Proses *Gatewatching*



Sumber: Bruns, 2005

Bruns kemudian mengaplikasikan tiga tahap *gatekeeping* ke dalam konsep *gatewatching* yang diterapkan pada situs jurnalisme warga (*citizen journalism*). Menurut Bruns, audiens secara aktif memiliki peran dalam ketiga tahap *gatewatching*. Dalam tahap *input*, audiens atau pengguna (*user*) menentukan sendiri informasi apa yang memiliki nilai berita (*newsworthy*). Pada tahap ini, *gatewatching* bergantung pada informasi yang sudah tersedia secara *online*. Pada tahap *output*, keterlibatan pengguna bervariasi. Salah satu bentuk dari keterlibatan pengguna adalah ketika pengguna sepenuhnya independen dan bebas untuk menentukan apa yang ingin mereka publikasikan (*instant publishing*). Bentuk lainnya adalah kolaborasi antara editorial dengan pengguna dalam menghasilkan

berita. Pada tahap *response*, diskusi dan komentar terbuka bagi semua audiens. Bruns meneruskan, keterlibatan audiens dalam ketiga tahap ini dapat bervariasi (dalam Stanoevska-Slabeva et al., 2012, p. 7-9).

Bruns berargumen bahwa *gatewatching* seringkali menghasilkan publikasi atas materi atau informasi yang sudah tersedia (baik secara penuh, dalam kutipan, atau tautan ke sumber asli) dibandingkan publikasi konten yang sepenuhnya baru. Namun, publikasi ulang ini juga memiliki dampak penting pada arus berita, yakni sebagai saluran untuk menyampaikan informasi yang telah tersedia kepada audiens baru, sekaligus menambahkan interpretasi dan kontekstualisasi tambahan (Bruns, 2017, p. 27). Lebih lanjut lagi, Bruns (2017, p. 296) menyatakan bahwa praktik *gatewatching* menjadi fondasi yang mendasari proses jurnalisme kurasi. Dalam penelitian ini, ketiga tahap *gatewatching* digunakan untuk melihat bagaimana tahap-tahap *gatewatching* tersebut diaplikasikan dalam proses jurnalisme kurasi yang dilakukan.

### 2.2.2 Media Sosial

Media sosial merupakan salah satu perkembangan media baru yang banyak digunakan oleh banyak orang. Chris Brogan (2011, p. 11) mengartikan media sosial sebagai suatu set komunikasi dan alat kolaborasi baru yang memungkinkan berbagai macam

interaksi yang sebelumnya tidak tersedia bagi orang pada umumnya.

Sedangkan Nasrullah (2016, p. 13) mendefinisikan media sosial sebagai *platform* di internet yang memungkinkan penggunanya untuk berinteraksi, bekerjasama, saling berbagi, berkomunikasi dengan pengguna lain, serta membentuk ikatan sosial secara virtual.

Teri & Michael Gamble (2005, p. 43) dalam bukunya *Communication Works* menjelaskan ciri-ciri media sosial sebagai berikut:

- a) Pesan yang disampaikan bisa bersifat interpersonal maupun ditujukan ke banyak orang
- b) Pesan disampaikan atau disebar secara bebas tanpa adanya *gatekeeper*
- c) Pesan cenderung tersampaikan lebih cepat dibanding media lain
- d) Penerima pesan menentukan waktu interaksi.

Adapun fungsi dari media sosial menurut Kietzman, Hermkens, McCarthy, dan Silvestre (2011) dibagi menjadi tujuh yakni:

- a) *Identity*, merepresentasikan sejauh mana pengguna mengungkapkan identitas mereka di media sosial
- b) *Conversations*, merepresentasikan sejauh mana pengguna berkomunikasi dengan pengguna lain dalam lingkup media sosial

- c) *Sharing*, menggambarkan aktivitas bertukar, mendistribusikan, dan menerima konten atau informasi
- d) *Presence*, menggambarkan apakah pengguna bisa mengakses pengguna lainnya
- e) *Relationships*, menggambarkan keterhubungan pengguna yang satu dengan yang lainnya
- f) *Reputation*, menggambarkan bagaimana pengguna dapat mengidentifikasi posisi orang lain, termasuk dirinya sendiri
- g) *Groups*, yakni bagaimana pengguna dapat membentuk komunitas dan sub-komunitas.

Di Indonesia, jumlah pengguna media sosial terus meningkat setiap tahunnya. Berdasarkan laporan *We Are Social* ("Digital 2019: Indonesia", 2019), jumlah total pengguna aktif media sosial di Indonesia mencapai 150 juta atau 56% dari total jumlah penduduk. Tak hanya itu, menurut riset Edelman ("2018 Edelman Trust Barometer Global Report", 2018), jumlah penduduk di Indonesia yang mengakses media sosial dan media massa sebagai sumber informasi berada pada persentase yang sama, yakni 71%.

Keberadaan media sosial pun berpengaruh terhadap cara kerja jurnalis. Menurut Hermida (2013, p. 304), *platform* media sosial mengaburkan perbedaan yang telah lama ada antara pembuat berita, reporter, dan konsumen berita. Terdapat sebuah dinamika

baru dalam proses *newsgathering*, produksi, dan diseminasi yang mempengaruhi praktik jurnalistik (Heinrich, 2008, p. 3). Hal ini diteguhkan dengan hasil penelitian Adornato (2018, p. 7) yang menunjukkan bahwa apa yang dibicarakan atau *trending* di media sosial kini menjadi faktor signifikan bagi media dalam memilih informasi apa yang diangkat menjadi berita. Ia meneruskan, media sosial kini sudah menjadi bagian integral dalam proses produksi berita. Eltringham (dalam Bruns, 2017, p. 41) menyebut pemanfaatan *platform* media sosial atau *user-generated content* oleh media sebagai “*social newsgathering*” yang dengan kata lain berarti mencari materi bagus yang ada di web. Ia meneruskan, *social newsgathering* mencakup tidak hanya mendorong audiens untuk membagikan materi mereka, tetapi juga secara aktif mencari di media sosial dan keseluruhan internet kapanpun ada cerita (dalam (Bruns, 2017, p. 279).

Konsep ini digunakan untuk melihat bagaimana jurnalis memanfaatkan dan mengintegrasikan media sosial dalam melakukan praktik jurnalisme kurasi. Bruns (2017, p. 188-205) mengidentifikasi pengadaptasian media sosial dalam praktik jurnalisme ke dalam enam poin di antaranya:

a) Mempromosikan konten

Langkah pertama dalam pengadaptasian platform baru hampir selalu bertujuan untuk memastikan audiens pada

platform tersebut mengetahui konten baru yang diterbitkan oleh jurnalis atau organisasi media. Awalnya, model pendekatan yang dilakukan adalah dengan memindahkan konten dari publikasi utama ke ruang yang ditawarkan oleh platform baru. Namun seiring berjalannya waktu, pendekatan dalam melakukan promosi konten secara bertahap menjadi lebih kompleks.

b) *Personal branding*

Terutama dalam konteks lingkungan industri yang tidak pasti, pengembangan *personal branding* dapat secara signifikan meningkatkan prospek karier jurnalis. Pendekatan ini mungkin sangat penting bagi jurnalis yang bekerja di area yang secara langsung terancam oleh perkembangan industri saat ini, misalnya jurnalis cetak. Salah satu elemen penting lain dari *personal branding* adalah pengembangan suara jurnalistik yang unik yang menawarkan interpretasi yang berbeda atas peristiwa terkini.

c) Berhubungan dengan sumber

Banyak jurnalis yang juga memanfaatkan media sosial untuk mendapatkan sumber untuk berita mereka. Salah satunya termasuk pendekatan yang lebih terbuka untuk mengidentifikasi informasi baru atau memunculkan perspektif baru mengenai informasi yang sudah ada.

Broersma dan Graham menyatakan bahwa sumber yang digunakan jurnalis semakin beragam, mulai dari aktivis hingga profesional dan suara populer. Selain itu, Twitter dan platform lainnya telah menjadi sumber pernyataan *vox-pop* yang lebih mudah diakses oleh jurnalis.

d) Memantau perkembangan

Pengadaptasian media sosial sebagai bagian integral dari alur kerja jurnalistik terjadi dalam skala yang lebih luas. Saat ini, jurnalis umumnya memantau umpan (*feeds*) media sosial untuk melihat perkembangan baru. Penggunaan media sosial sebagai mekanisme pendeteksian berita sangat berharga karena memudahkan proses pemantauan sejumlah perkembangan secara bersamaan tanpa perlu secara fisik mengirimkan wartawan untuk mengamati adegan secara langsung.

e) *Engagement* dengan audiens

Pemanfaatan media sosial dalam lingkup jurnalistik lainnya berkaitan dengan interaktivitas dengan audiens. Jaringan koneksi media sosial yang beragam memungkinkan jurnalis melakukan diskusi yang bermakna mengenai berita yang sedang mereka kembangkan. Saat ini, kecepatan yang ditawarkan media sosial memungkinkan jurnalis untuk melibatkan audiens pada tahap yang lebih awal yaitu

UMN  
UNIVERSITAS  
MULTIMEDIA  
NUSANTARA

sebelum publikasi dilakukan ketika mereka masih mengembangkan berita yang mereka kerjakan.

f) Kurasi konten

Sebagai kurator, jurnalis menawarkan jasa baru bagi pengguna dengan membantu audiensnya mengetahui konten apa saja di situs yang mungkin menarik bagi mereka. Pengadaptasian ini menunjukkan tidak hanya semakin pentingnya praktik jurnalisme kurasi berita sosial, tetapi juga potensi dari kurasi itu sendiri, yang berbeda dari reportase orisinal dan praktik jurnalistik tradisional, untuk muncul sebagai peran baru dalam jurnalistik.

### 2.2.3 Jurnalisme Kurasi

Keberadaan media sosial memang telah membuka gerbang baru yang memungkinkan setiap orang untuk memiliki kesempatan untuk menjadi *gatekeeper* dan menghasilkan serta menyebarkan konten atau informasi. Di sisi lain, hal ini juga dapat mengakibatkan terjadinya banjir informasi (Guallar, 2017b, p. 37-38). Informasi yang tersebar di media sosial seringkali tidak memiliki alur yang jelas sehingga dibutuhkan seseorang yang mampu menemukan, menyaring, dan mengkontekstualisasikan informasi (Rosembaum, 2011, p. 104). Kebutuhan ini kemudian menghadirkan peran baru dalam lingkup jurnalistik yaitu praktik jurnalisme kurasi. Bruno

(dalam Cui & Liu, 2016, p. 4) menyebut profesi ini sebagai jurnalis-kurator yang bertugas menyintesis informasi yang relevan dan menyajikannya melalui proses mengakses, menilai, mengkontenstualisasi, dan bahkan menginterpretasikan berbagai sumber dan disatukan ke dalam suatu reportase.

Posisi jurnalis sebagai kurator konten ini pertama kali dipopulerkan dan dinormalisasikan oleh media strategis *NPR*, Andy Carvin yang mengkurasi informasi mengenai revolusi Arab Spring melalui Twitter-nya. Ernie Smith berpendapat, seorang kurator layaknya adalah seorang pemandu tur. Kurator yang baik tahu tempat untuk menemukan hal-hal yang menarik karena mereka tahu jalannya dan dapat memberikan pengetahuan agar hal tersebut lebih mudah untuk dimengerti (dalam Sternberg, 2011, para. 6).

Praktik kurasi dan kurator sendiri sebenarnya bukanlah fenomena baru. Rosebaum membandingkan peran kurator konten dengan peran kurator klasik yang bertanggung jawab untuk melestarikan sekaligus meningkatkan nilai dan membagikan konten tersebut kepada publik. Pada situs dan media sosial, praktik pengkurasian konten didasarkan pada konsep kurasi yang diusulkan oleh Rosebaum ini yang melibatkan konten dari berbagai sumber dan berhubungan dengan aktivitas mengagregasi, memilih, mengatur, dan menyajikan berita sesuai dengan kriteria jurnalisme berkualitas tinggi dari konten profesional dan yang dibuat oleh

pengguna, menghasilkan jenis konten editorial serta pengalaman baru bagi pengguna (Stanoevska-Slabeva, Sacco, & Giardina, 2012, p. 12-13). Praktik pengkurasian konten media sosial ini disebut juga sebagai *social media curation*. Praktik kurasi konten media sosial dapat menjadi sarana bagi media dan jurnalis untuk dapat membangun peran penting baru dalam ekosistem media. Jurnalis dapat menciptakan dan mengkurasi berita dengan menggabungkan pelaporan tradisional dengan informasi yang diambil dari media sosial (Stanoevska-Slabeva, Sacco, & Giardina, 2012, p. 14). Praktik kurasi media sosial menekankan nilai dari *user-generated content* sekaligus menegaskan akan perlunya pengkurasian untuk menemukan konten yang terbaik dan paling relevan (Liu, 2010, p. 20). Menurut Bruns (Bruns, 2017, p. 281), praktik *social media curation* ini juga mengekspos proses penilaian berita, yang sebelumnya terjadi di balik layar organisasi berita, yang lebih melibatkan audiens dalam prosesnya dan pada dasarnya mendorong mereka untuk menilai sendiri.

Guallar & Leiva-Aguilera (2013) membagi proses kurasi ke dalam empat tahap yang disebut sebagai model 4S, yakni:

- 1) Pencarian (*search*), yaitu proses mencari konten dari berbagai sumber
- 2) Penyeleksian (*select*), yaitu proses mengorganisasikan dan memilah konten yang dianggap paling relevan

3) *Sense-making*, yaitu tahap pengkarakterisasian konten.

Artinya, kurator memberikan nilai tambah terhadap konten yang telah dipilih. Pada tahap ini, jurnalis menciptakan suatu produk berupa artikel berita dengan menyertakan konten yang telah dikurasi serta menyediakan konteks dengan gaya penyampaian tertentu.

4) Penyebaran (*share*), yaitu mempublikasikan atau menerbitkan konten hasil praktik kurasi. Tahap ini semakin dimudahkan dengan adanya media sosial yang memungkinkan dialog dan pertukaran antara audiens aktif.

Tahap kurasi yang telah dicetuskan Guallar & Leiva-Aguillera ini kemudian dikembangkan oleh Codina (2018) yang membagi proses kurasi ke dalam enam tahap beserta alat (*tools*) yang dapat digunakan pada tiap tahapnya. Pada penelitian ini, konsep ini digunakan untuk menguji pengaplikasian keenam tahap ini dalam praktik jurnalisme kurasi. Keenam tahap kurasi tersebut yaitu:

1) Pencarian (*search*)

Dalam proses ini, jurnalis mencari konten untuk dikurasi dari berbagai sumber. Salah satu alat yang dapat digunakan antara lain seperti mesin pencarian seperti

*Google, Google Scholar, atau Google Advanced Search.*

Sejumlah jurnalis juga menggunakan perangkat lunak khusus seperti *Trendsmap* dan *Google Trends* untuk mencari kisah atau peristiwa baru (Schifferes et al., 2014).

Saat ini, media sosial menjadi salah satu alat bagi jurnalis untuk melakukan pencarian konten. Jurnalis mengintegrasikan media sosial ke dalam praktik jurnalistik sebagai sumber untuk mengumpulkan informasi (Li, Stokowski, Dittmore, & Scott, 2015, p. 2) dan alat untuk mendapat gagasan (Bulatova & Beisenkulov, 2017, p. 5).

## 2) Pemantauan dan Manajemen (*Monitoring and Management*)

Tahap ini merupakan upaya untuk memprediksi dan mengantisipasi informasi mendatang. Dalam tahap ini, jurnalis atau kurator memantau informasi yang tengah berkembang untuk merencanakan tindak lanjut dari suatu topik atau publikasi.

Salah satu alat yang dapat digunakan untuk melakukan *monitoring* adalah *Google Alerts* atau *MyNews*. Kedua jaringan tersebut bekerja seperti sistem pemantauan yang terkonfigurasi. Ada pula *Hootsuite*, yaitu alat

khusus yang dapat memantau jaringan sosial.

Berdasarkan wawancara dan observasi yang dilakukan Schifferes et al. pada tahun 2012, editor dan spesialis media sosial menggunakan alat seperti *Tweetdeck* dan *Hootsuite*, yang memungkinkan penggunanya untuk membuat beberapa daftar dan memiliki opsi penyaringan (Schifferes et al., 2014, p. 409).

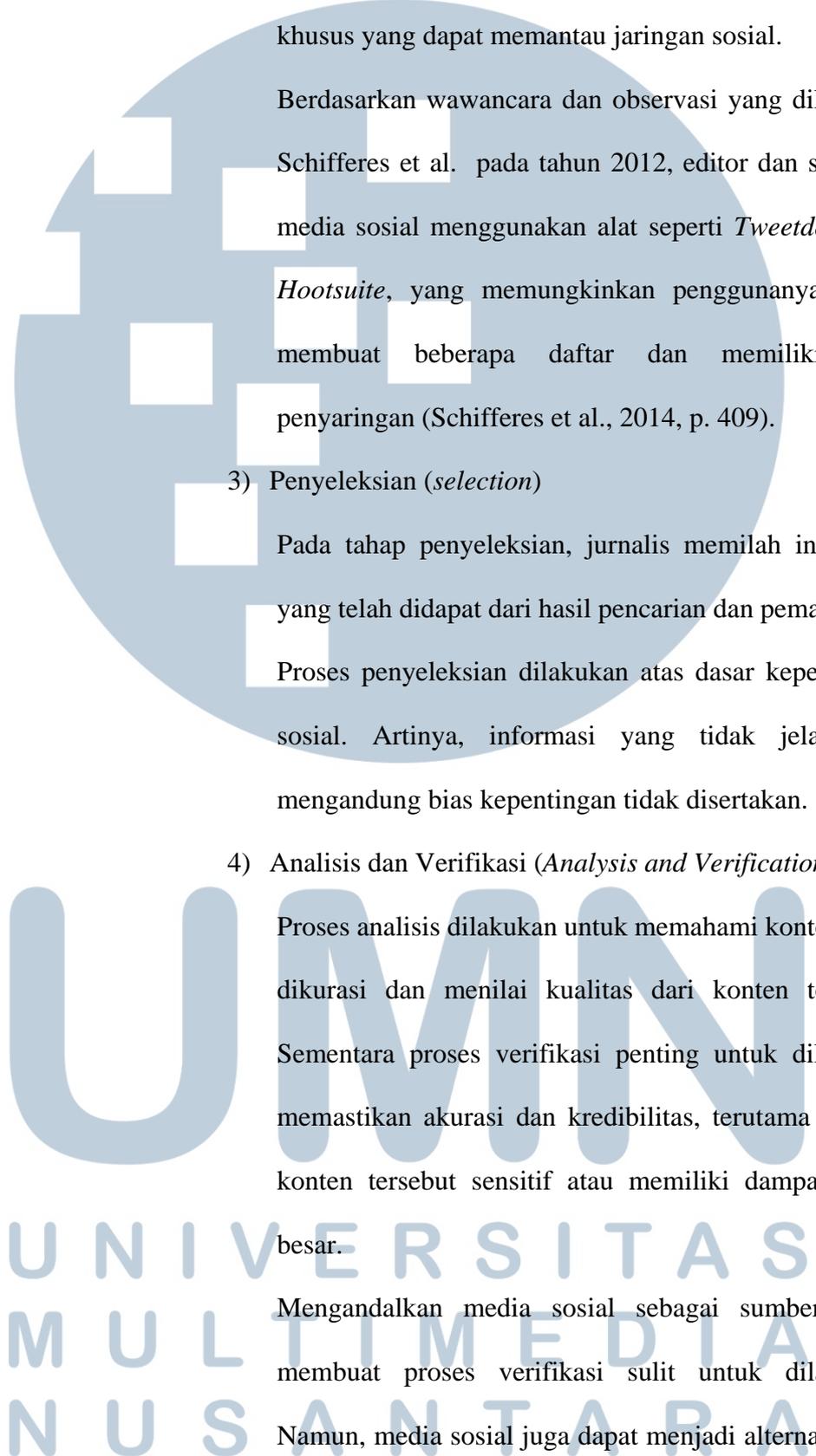
### 3) Penyeleksian (*selection*)

Pada tahap penyeleksian, jurnalis memilah informasi yang telah didapat dari hasil pencarian dan pemantauan. Proses penyeleksian dilakukan atas dasar kepentingan sosial. Artinya, informasi yang tidak jelas atau mengandung bias kepentingan tidak disertakan.

### 4) Analisis dan Verifikasi (*Analysis and Verification*)

Proses analisis dilakukan untuk memahami konten yang dikurasi dan menilai kualitas dari konten tersebut. Sementara proses verifikasi penting untuk dilakukan memastikan akurasi dan kredibilitas, terutama apabila konten tersebut sensitif atau memiliki dampak yang besar.

Mengandalkan media sosial sebagai sumber dapat membuat proses verifikasi sulit untuk dilakukan. Namun, media sosial juga dapat menjadi alternatif baru



untuk menunjukkan akuntabilitas dan transparansi (Alejandro, 2010, p. 42). Hal ini bisa dilakukan dengan berbagai cara, antara lain menyajikan atau menjelaskan proses pemilihan sumber, menerbitkan tautan kepada sumber, menerbitkan hasil wawancara, atau membuat situs terpisah untuk menerbitkan materi tambahan. Cara lain yang juga dapat dilakukan untuk memverifikasi konten media sosial adalah dengan menggunakan berbagai alat (Bossio, 2017, p. 34-36).

BBC London sendiri memiliki tim khusus verifikasi konten media sosial yang dikenal dengan nama BBC UGC Hub. Pada situsnya, BBC menjabarkan upaya-upaya yang dilakukan untuk memverifikasi konten media sosial. Salah satu yang dilakukan adalah dengan menganalisis akun media sosial yang mengunggah konten tersebut, mulai dari kredibilitasnya, sejarah, interaksi, dan hubungannya dengan akun lain. Terdapat sejumlah situs yang digunakan untuk memeriksa keaslian sebuah akun, antara lain *Twitteraudit.com*, *Twittercounter.com*, dan *Klout.com*. Selain konten berupa teks, BBC juga memeriksa keaslian gambar, salah satunya dengan memeriksa 'exif data' dari sebuah foto menggunakan alat (*tools*) seperti *Google reverse*

U  
M  
M  
N  
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

*image search* atau situs untuk menganalisis foto seperti *Tineye.com*, *Jeffrey's exif viewer*, dan *Fotoforensics.com*. Hal lain yang dilakukan BBC untuk melakukan verifikasi adalah dengan menghubungi langsung pengunggah konten. Untuk memastikan sumber yang dihubungi kredibel, BBC menggunakan beberapa alat seperti dengan melakukan *Google search* untuk melacak profil media sosial mereka atau menggunakan situs seperti *Pipl.com* atau *Who.is*. (“User-Generated Content and the UGC Hub”, 2017).

#### 5) Pengeditan (*Editing*)

Tahap ini serupa dengan tahap *sense-making* yang telah dijabarkan Guallar & Leiva-Aguilera sebelumnya.

Dalam tahap ini, jurnalis memberikan nilai tambah pada konten yang telah diseleksi. Codina mengelompokkan teknik *sense-making* ke dalam enam jenis, yaitu:

a) *Aggregation*, yakni mengumpulkan informasi paling relevan mengenai suatu topik spesifik.

b) *Critical Analysis*, yakni menganalisis satu atau lebih informasi untuk memberikan penjelasan yang lebih sederhana dan konkret dari topik utama dengan kapasitas kritis.

c) *Creative Synthesis*, yakni menggabungkan konten-

konten yang telah dipilih untuk menghasilkan konten baru dengan sudut pandang yang lebih orisinal.

- d) *Timeline*, yakni mengkonstruksi sebuah kisah atau peristiwa dengan mengkompilasi sumber-sumber yang berbeda dengan mengikuti urutan waktu.
- e) *Narration*, mengombinasikan sejumlah konten, seperti rangkuman artikel, video, *tweet*, dan audio klip untuk mengkonstruksi sebuah kisah atau peristiwa.
- f) *Parallelization*, analisis komparatif atas data atau informasi dari berbagai sumber yang sebenarnya terpisah tetapi kemudian diparalelkan atau dihubungkan.

#### 6) Penyebaran (*diffusion*)

Penyebaran dilakukan melalui berbagai *platform*, seperti situs media melalui CMS (*Content Management System*) ataupun media sosial seperti Facebook, Twitter, dan sebagainya.

Menurut Kümpel, Karnowski, & Keyling (2015, p. 1),

keberadaan media sosial kini membantu media untuk mendistribusikan beritanya. Media sosial menyederhanakan dan memfasilitasi *news sharing* baik bagi organisasi media atau individu karena

kemudahannya untuk mengunggah konten. Pendistribusian berita ini dapat dilakukan melalui tombol berbagi (*share*) yang terdapat pada situs media ataupun melalui tautan “*reposting*” atau “*retweeting*” ke berita yang ada pada halaman Facebook atau *feed* Twitter. Ju, Jeong, & Chyi (dalam Kümpel, Karnowski, & Keyling, 2015, p. 1) menyatakan bahwa semakin banyak situs berita *online* yang bergantung pada fitur-fitur media sosial tersebut untuk meningkatkan *traffic*, jumlah *view* artikel, dan pada akhirnya pendapatan.

Hasil dari kurasi media sosial ialah berita yang telah dikurasi berisi kontribusi-kontribusi asli dari media sosial yang telah dipilih dan dijadikan satu untuk membentuk suatu cerita dengan konteks dan informasi latar belakang (Stanoevska-Slabeva et al., 2012, p. 13) Dalam kurasi media sosial, kurasi dan republikasi berada di luar saluran media sosial dari mana konten asli diambil sehingga memungkinkan bagi jurnalis untuk memiliki kontrol penuh dalam proses seleksi. Begitu pula sebaliknya, proses seleksi yang dilakukan jurnalis tidak memiliki efek langsung terhadap sirkulasi konten yang telah dipilih pada lingkup media sosial itu sendiri. Model kurasi konten media sosial ini mengembalikan tanggung jawab kepada sang jurnalis yang bertindak sebagai *quasi-gatekeeper* setidaknya pada situs medianya sendiri walaupun konten media sosial yang

sama, walaupun dipilih atau tidak, sudah beredar secara publik dalam lingkup media sosial dan pada dasarnya tidak dapat dikendalikan (Bruns, 2017, p. 280-281).

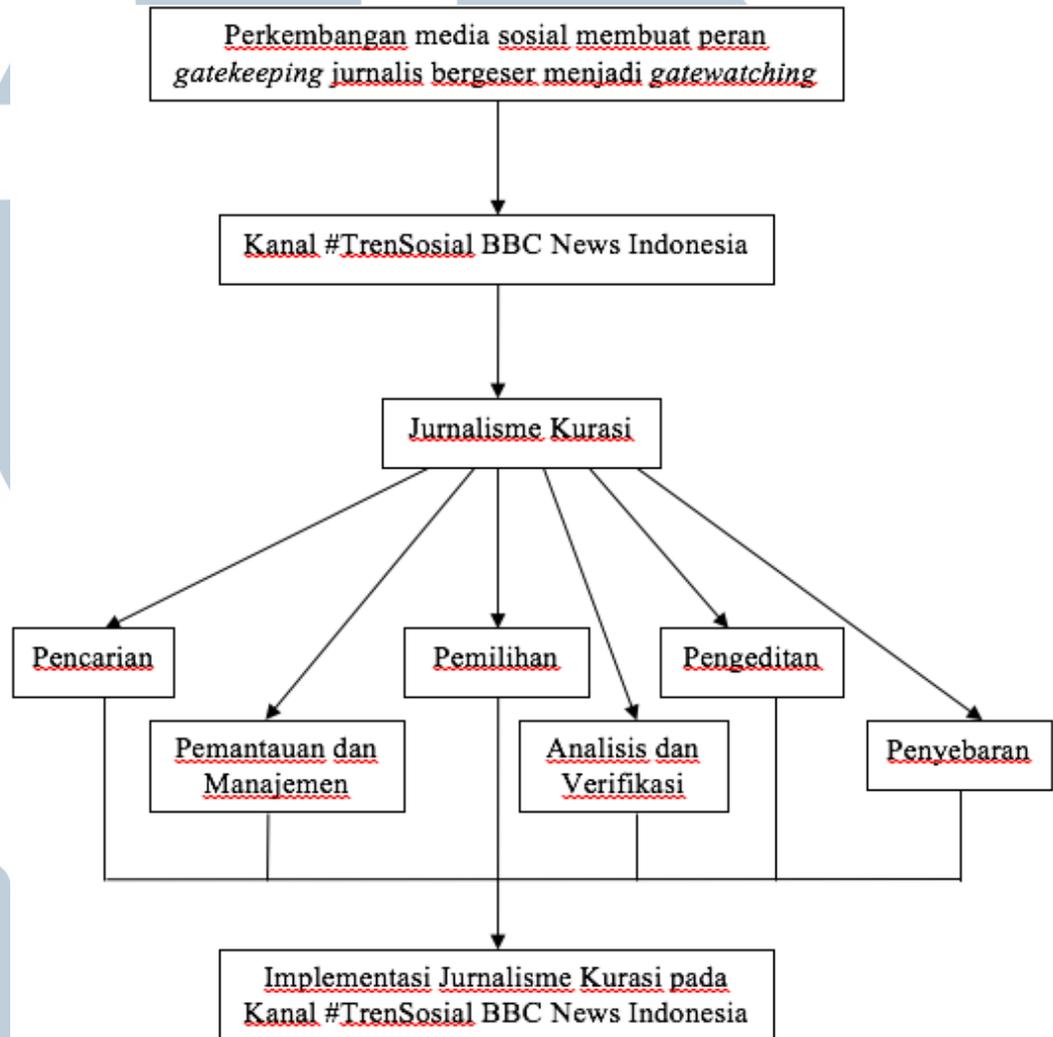
Stanoevska-Slabeva et al. (2012, p. 14) merangkum hasil kurasi media sosial ke dalam beberapa komponen utama yaitu:

- a) Kontribusi asli yang dikurasi dari media sosial. Sumber orisinal ini ditampilkan dengan tautan yang memungkinkan pembacanya untuk meng-klik dan mengakses sumber konten tersebut
- b) Cerita dapat dilengkapi dengan komentar dari pengguna
- c) Konteks dan informasi latar belakang yang ditambahkan oleh jurnalis
- d) Meta-data tambahan, seperti tanggal dan waktu publikasi, atau informasi berupa data atau jumlah *view* atas suatu kisah.

UMMN

UNIVERSITAS  
MULTIMEDIA  
NUSANTARA

### 2.3 Alur Penelitian



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