



Hak cipta dan penggunaan kembali:

Lisensi ini mengizinkan setiap orang untuk mengubah, 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 PEMIKIRAN

2.1 Penelitian Terdahulu

Pada penelitian ini peneliti menggunakan tiga penelitian terdahulu yang peneliti jadikan sebagai acuan penelitian. Penelitian terdahulu yang pertama berjudul “*Journalists’ Perception of Online Information-Gathering Problems*” oleh Bruce Garrison pada tahun 2000. Penelitian ini bertujuan untuk meneliti bagaimana jurnalis menggunakan sumber daya *online*, khususnya yang tersedia di internet dan website untuk mengumpulkan sejumlah informasi yang dibutuhkan. Yang menjadi permasalahan dalam penelitian ini adalah informasi yang bersumber atau didapatkan dari website atau melalui internet diantaranya adalah verifikasi tidak aktif, situs yang mengandung informasi yang tidak akurat, sumber informasi yang buruk, serta kurangnya sumber kredibilitas. Populasi dalam penelitian ini adalah surat kabar yang termasuk dalam *Editor & Publisher International Yearbook* mulai dari tahun 1994 hingga 1998 menjadi unit analisisnya. Penelitian kuantitatif ini menyebarkan kuesioner kepada orang-orang yang paling berhubungan dengan pencarian sumber informasinya dengan menggunakan sumber daya *online*.

Hasil penelitiannya menunjukkan beberapa hasil. Yang pertama, penggunaan website oleh jurnalis di ruang redaksi terus mengalami peningkatan selama 5 tahun (1994-1998), peningkatan tertinggi terjadi pada tahun 1995 ke tahun 1996 yakni perubahan 63,8% menjadi 80,7%. Hasil penelitian selanjutnya adalah mengenai tentang kekhawatiran para jurnalis menggunakan sumber yang berasal

dari website sebagai pengumpulan bahan informasi. Menurut para responden (jurnalis) reputasi yang baik menjadi pertimbangan mereka dalam menggunakan website sebagai pencarian sumber informasi. Sebesar 80,5% jurnalis memilih mencari informasi dari website yang memiliki reputasi baik. Kemudian akurasi juga menjadi hal yang penting, oleh sebab itu akurasi informasi menjadi hal yang perlu diperhatikan untuk mencari sumber informasi (sebesar 77,8%). Namun, para responden juga menilai website yang dijadikan sumber informasi juga masih memuat informasi yang tidak akurat (81,6%). Kemudian website juga dianggap memuat informasi buruk atau informasi yang tidak berguna (70,3%).

Persamaan penelitian Garrison dengan penelitian peneliti adalah sama-sama membahas tentang pencarian informasi, terlebih yang juga melibatkan pencarian sumber informasi yang berasal dari internet. Penelitian terdahulu yang ditulis oleh Bruce Garrison tersebut mendorong peneliti untuk mengetahui sumber pencarian informasi yang dilakukan oleh wartawan JEO di kanal Kompas.com. Karena, berdasarkan hasil penelitiannya menunjukkan jika sebagian besar jurnalis sudah menggunakan internet sebagai sumber referensi pencarian informasi. Bukan hanya itu, penelitian Garrison juga mengindikasikan adanya masalah dalam proses pencarian sumber informasi yang berasal dari internet, dilihat dari masalah apa yang sering dihadapi jurnalis dalam menggunakan internet maupun *website* sebagai sumber. Kemudian, perbedaannya terletak pada jenis dan objek penelitiannya. Garrison menyajikan penelitiannya secara kuantitatif dan menjadikan tingkat penggunaan sumber *online* oleh jurnalis serta masalah apa yang ditemui pada sumber-sumber *online* sebagai objek penelitian. Sedangkan penelitian peneliti

berjenis kualitatif dan objek penelitiannya adalah penerapan sumber pencarian informasi di kanal JEO Kompas.com.

Penelitian selanjutnya merupakan penelitian yang berjudul “Penggunaan Internet dalam Pola Perumusan Informasi pada Ruang Redaksi (Penelitian Kualitatif Deskripsi pada Media *Online* Kreator.ID di Malang)” yang ditulis oleh Yudha Ariyanto pada tahun 2016. Perlu diketahui sebelumnya, Kreator.ID adalah sebuah portal berita *online* yang menyajikan berita seputar dunia kreatif. Internet punya peran penting bagi Kreator.ID. Sebelum melakukan peliputan, Kreator.ID terlebih dulu melakukan riset terhadap industri kreatif, yang sebagian besar kegiatan riset dilakukan dengan menggunakan internet (*secara online*). Kemudian, untuk mencari ide, Kreator.ID juga mencari sumber-sumber dari internet, hingga pengiriman artikel dari jurnalis kepada pemimpin redaksi.

Dengan paradigma interpretatif, penelitian kualitatif deskriptif ini mencoba untuk mencari tahu bagaimana kriteria-kriteria sumber berita di internet yang dijadikan berita atau ide oleh wartawan Kreator.ID. Di dalam penelitian ini, para jurnalis Kreator.ID seringkali menggunakan sumber-sumber dari internet sebagai artikel pemberitaan. Hasil dari penelitian ini, sumber-sumber dari internet yang dijadikan berita di Kreator.ID memiliki enam kriteria yaitu, situs resmi, melihat 20 artikel pertama yang ditampilkan dalam mesin pencarian, klarifikasi kepada pihak terkait (industri kreatif), kelengkapan identitas industri, tampilan website, serta isi yang memiliki relevansi dengan khalayak Kreator.ID.

Penelitian Yudha memiliki persamaan dengan penelitian peneliti karena sama-sama termasuk penelitian kualitatif bersifat deskriptif dan sama-sama membahas sebuah media *online* dalam memanfaatkan internet sebagai sumber informasi. Terlebih, dalam penelitian Yudha juga dijelaskan bahwa ada 6 kriteria sumber informasi yang digunakan oleh Kreator.ID. Hal ini menunjukkan bahwa media *online* tidak sembarang menggunakan sumber-sumber *online*. Perbedaannya adalah jika Yudha mencoba meneliti kriteria sumber informasi yang digunakan, peneliti mencoba untuk mencari tahu bagaimana penerapan pencarian sumber informasinya.

Penelitian yang terakhir adalah penelitian yang berjudul “Penggunaan Media Sosial sebagai Sumber Informasi dalam Berita bagi Jurnalis Media *Online* (Studi Kasus pada Media *Online* Tribunnews.com)”. Muhammad Gazza Roosaryatama, sang penulis yang merupakan mahasiswa Universitas Multimedia Nusantara (UMN) ini, mengatakan tujuan dari penelitian tersebut adalah untuk mengetahui bagaimana jurnalis Tribunnews.com dalam menggunakan media sosial sebagai sumber informasi pemberitaannya. Penelitian ini merupakan penelitian kuantitatif dengan metode analisis isi.

Seluruh pemberitaan dalam rubrik nasional milik Tribunnews.com (periode 28 Maret – 3 April 2019) menjadi populasi dalam penelitian ini. Kemudian, sampelnya diambil secara *purposive sampling* dengan memilih berita-berita yang menggunakan media sosial sebagai sumber informasi, totalnya sebanyak 176 berita.

Dilihat dari hasil penelitian tersebut Youtube menjadi media sosial yang paling banyak digunakan sebagai sumber informasi, disusul Instagram, dan Twitter. Kemudian, sebanyak 79% berita di Tribunnews.com sudah memenuhi unsur 5W+1H, sisanya tidak. Dari 176 berita, ada 7 berita yang tidak mencantumkan sumber informasi dengan jelas.

Relevansi penelitian Muhammad dengan penelitian peneliti adalah bagaimana media *online* dalam menerapkan pencarian sumber informasi. Hanya saja, penelitian Muhammad lebih fokus kepada media sosial sebagai sumber informasi, sedangkan penelitian peneliti membiarkan jurnalis JEO menentukan dalam penerapan pencarian sumber informasinya. Selain itu, perbedaannya juga terletak pada jenis serta metode penelitiannya. Penelitian Muhammad berjenis kuantitatif sedangkan penelitian peneliti kualitatif, kemudian penelitian Muhammad menggunakan metode analisis isi, sedangkan studi kasus yang menjadi pilihan peneliti.

Tabel 2.1 Penelitian Terdahulu

Unsur yang Dibandingkan	Penelitian I Tahun 2000	Penelitian II Tahun 2016	Penelitian III Tahun 2019	Penelitian IV Tahun 2020
Penulis	Bruce Garrison New York University	Yudha Ariyanto Universitas Brawijaya	Muhammad Gazza Roosaryatama	Sandi Sabar Rahman Universitas Multimedia Nusantara

			Universitas Multimedia Nusantara	
Judul Penelitian	<i>Journalists' Perception of Online Information-Gathering Problems</i>	Penggunaan Internet dalam Pola Perumusan Informasi pada Ruang Redaksi (Penelitian Kualitatif Deskripsi pada Media Online Kreator.ID di Malang)	Penggunaan Media Sosial sebagai Sumber Informasi dalam Berita bagi Jurnalis Media Online (Studi Kasus pada Media Online Tribunnews.com)	Sumber Informasi Kanal JEO pada Kompas.com di Era Teknologi Internet
Tujuan Penelitian	Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui bagaimana jurnalis dalam menggunakan sumber daya online dan	Bertujuan untuk mengetahui bagaimana kriteria sumber informasi yang berasal dari internet.	Bertujuan untuk mengetahui bagaimana jurnalis Tribunnews.com dalam memanfaatkan media sosial sebagai sumber	Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui bagaimana cara kerja jurnalis JEO di Kompas.com dalam mencari dan mengumpulkan

	<p><i>website</i> sebagai sumber informasinya. Penelitian ini juga ingin melihat masalah apa saja yang dirasakan jurnalis pada saat mencari sumber informasi di internet.</p>		<p>informasi pemberitaannya.</p>	<p>sumber-sumber informasi.</p>
<p>Jenis dan Sifat Penelitian</p>	<p>Kuantitatif bersifat deskriptif</p>	<p>Kualitatif bersifat deskriptif</p>	<p>Kuantitatif bersifat deskriptif</p>	<p>Kualitatif bersifat deskriptif</p>
<p>Metode Penelitian</p>	<p>Survei</p>	<p>Studi kasus</p>	<p>Analisis isi</p>	<p>Studi kasus</p>
<p>Hasil Penelitian</p>	<p>Penggunaan <i>website</i> oleh jurnalis di</p>	<p>Dari penelitian tersebut didapatkan hasil</p>	<p>Ada beberapa hasil yang ditemukan dalam</p>	<p>Hasil dari penelitian ini adalah jurnalis di</p>

	<p>ruang redaksi terus mengalami peningkatan selama 5 tahun (1994-1998), peningkatan tertinggi terjadi pada tahun 1995 ke tahun 1996 yakni perubahan 63,8% menjadi 80,7%. Namun, di sisi lain responden juga menilai website yang dijadikan sumber informasi juga masih memuat</p>	<p>bahwa Kreator.ID memiliki 6 kriteria terkait sumber informasi yang digunakan, yaitu situs resmi, melihat 20 artikel pertama yang ditampilkan dalam mesin pencarian, klarifikasi kepada pihak terkait (19industry kreatif), kelengkapan identitas 19industry, tampilan</p>	<p>penelitian ini, yakni Youtube menjadi media sosial yang paling banyak digunakan sebagai sumber informasi, disusul Instagram, dan Twitter. Kemudian, sebanyak 79% berita di Tribunnews.com sudah memenuhi unsur 5W+1H, sisanya tidak. Dari 176 berita, ada 7 berita yang tidak mencantumkan sumber informasi dengan jelas.</p>	<p>JEO Kompas.com menerapkan <i>finding information, finding people, checking information, dan analyzing information</i> pada pencarian sumber informasinya.</p>
--	--	--	--	--

	informasi yang tidak akurat (81,6%). Kemudian website juga dianggap memuat informasi buruk atau informasi yang tidak berguna (70,3%).	website, serta isi yang memiliki relevansi dengan khalayak Kreator.ID.		
--	--	--	--	--

2.2 Konsep dan Teori

2.2.1 *Depth Reporting*

Depth reporting adalah upaya mengabarkan atau menyajikan sebuah pelaporan kepada audiens mengenai keseluruhan apa yang terjadi dari kisah yang terjadi (Kamath dalam Kurnia, 2009, p. 289). Menurut Ferguson & Patten (1991) tujuan dari pelaporan *depth reporting* ialah untuk mendapatkan kelengkapan pengisahan (*complete stories*) atau pengisahan dengan substansi (dalam Kurnia, 2009, p. 290).

Menurut Kurnia (2009, p. 290) *depth reporting* kerap disebut juga dengan “*investigative reporting by nature*” yang berarti peliputan investigatif yang terjadi secara natural. Maksudnya adalah penyelidikan yang dilakukan bukan sengaja ditujukan untuk membongkar, atau mengungkap, adanya kasus, skandal, atau kejahatan yang sengaja ditutup-tutupi. Akan tetapi, terjadi dengan sendirinya dari upaya untuk menemukan detail-detail kelengkapan suatu peristiwa. Hal ini memang karena pada umumnya *depth reporting* ialah penyampaian berita dengan persediaan informasi yang mendetail.

Kamath (dalam Kurnia 2009, p. 288-289) mengumpulkan sejumlah definisi *depth reporting* sebagai berikut:

1. *Depth reporting* ialah segala sesuatu yang membuat pembaca tahu mengenai seluruh aspek yang terjadi pada sebuah subjek dari kepastian informasi yang diberikan, termasuk latar belakangnya.
2. *Depth reporting* menekankan sebuah kisah-berita dengan semacam ketelitian detail dan latar belakang. Pembaca tidak hanya diberi tahu mengenai apa yang terjadi melainkan mengapa hal itu dapat terjadi.
3. *Depth reporting* mengartikan pemberitahuan kepada pembaca inti kisah sesungguhnya, secara mendalam (lengkap), seimbang dan terorganisir dengan kelengkapan latar belakang.
4. *Depth reporting* ialah pelaporan sederhana yang bagus dalam hal akurasi dan detail pengamatannya.

5. *Depth reporting* ialah kisah yang menjelaskan keterkaitan dan perkembangan dari sebuah kisah berita yang terjadi.
6. *Depth reporting* menunjukkan pengembangan pemberitaan dan penjelasannya secara signifikan melalui foto-foto yang mengilustrasikan pengisahannya.
7. *Depth reporting* ialah perencanaan liputan yang hendak mengantisipasi pemberitaan yang bersifat *the news is fresh*.
8. *Depth reporting* bukan pekerjaan satu orang, tapi produk dari kerjasama tim.
9. *Depth reporting* menyepakati fakta-fakta yang harus dijelaskan, bukan opini.
10. *Depth reporting* tidak meninggalkan begitu saja pertanyaan-pertanyaan yang diajukan pembaca.
11. *Depth reporting* bukan hendak mempresentasikan fakta-fakta di dalam pendekatan pertamanya, melainkan hendak memasuki sebuah penyelidikan (*delves*) yang orisinal, logis, membuat pembaca paham bukan kepada siapa dan apa, namun bagaimana, dan yang terpenting, mengapa.
12. *Depth reporting* ialah penggalian di bawah permukaan dan mengangkat fakta-fakta bukan sebagai sesuatu yang segera tampak, melainkan hendak memberi kontribusi pada pemahaman terhadap sebuah kisah.

Di samping itu semua, penugasan untuk sebuah karya *depth reporting* cukup melelahkan. Hal ini disebabkan karena pengerjaannya yang dapat memakan waktu sehari-hari, berminggu-minggu, bahkan dalam hitungan tahun (Kurnia, 2001, p. 238).

Konsep ini berfungsi untuk gambaran awal mengenai objek dalam penelitian ini. JEO sebagai salah satu kanal di Kompas.com menerapkan *depth reporting* dalam melakukan aktivitas jurnalistiknya. JEO mencoba untuk menyajikan suatu pemberitaan mendalam, maupun berita yang diambil dari sudut pandang (*angle*) yang berbeda dari kebanyakan tipikal berita reguler di sejumlah media *online* di Indonesia.

Dalam konsep ini tidak dijelaskan mengenai bagaimana langkah-langkah yang ditempuh dalam proses *depth reporting*, terlebih di era digital dengan adanya bantuan jaringan internet, seperti apa yang ingin dituju dalam penelitian ini.

2.2.2 Longform Journalism

Menurut (Fischer, 2013, para. 8) *longform journalism* (jurnalisme bentuk panjang) lebih dari sekadar banyak kata, yakni memiliki arti sebagai karya jurnalistik mendalam yang melampaui standar produksi sehari-hari dan penceritaan naratif yang dilengkapi dengan elemen multimedia untuk menyempurnakan karya tersebut. Selaras dengan apa yang dikemukakan oleh Fischer, seorang reporter sains dari surat kabar *New York Times*,

Natalie Angier juga cenderung mengartikan *longform journalism* sebagai tulisan panjang yang lebih mendalam (Tenore, 2012, para. 4).

Meskipun belum ada yang menyebutkan secara resmi mengenai jumlah kalimat untuk kategori *longform journalism*, akan tetapi *longform.org* sebagai salah satu organisasi yang menampung hasil karya tulisan beraliran *longform journalism* ini menyebutkan bahwa mereka akan lebih mempertimbangkan artikel dengan tulisan 2.000 kata (“Longform considers”, n. d.). Pasopati (2011, p. 4) menjelaskan *longform journalism* adalah cabang jurnalisme yang didedikasikan untuk artikel yang lebih panjang dengan konten beragam sisi, yang memiliki antara 1.000 hingga 20.000 kata di setiap artikelnya. Namun, menurut penyunting surat kabar *The Atlantic* James Bennet kualitas lebih penting dari panjang atau jumlah kata (Burns & Matthews, 2018, p. 127).

Ada asumsi yang mengatakan bahwa kemunculan *longform journalism* sebagian besar disebabkan oleh serangan balik terhadap jenis jurnalisme berkualitas rendah yang telah membanjiri internet, yang disebut “*bite-size McNugget Journalism*” oleh wartawan BBC, Andrew Marr (Espinel, 2014, p. 11). Hal ini sejalan dengan apa yang para akademisi anggap sebagai kekurangan jurnalisme di era digital yang mengutamakan kecepatan. Menurut Beston (2013), tugas jurnalisme bentuk panjang (*longform journalism*) harus mengutamakan pelaporan secara mendalam, karena bentuk panjangnya diperlukan untuk menjelaskan masalah yang kompleks, memberikan konteks mendalam, atau untuk menceritakan

sebuah cerita dengan detail untuk menumbuhkan empati sosial (Espinel, 2014, p. 12).

Selain itu, *longform journalism* juga mengintegrasikan narasi dengan elemen-elemen visual multimedia untuk memperkuat hasil karya jurnalistiknya. Jacobson, Marino, dan Gutsche (dalam Hiippala, 2016, p. 1) bentuk panjang yang mereka gambarkan ialah aliran jurnalisme yang muncul di era digital berupaya memikat para audiensnya dengan menggabungkan teks, foto, video, peta dinamis, dan visualisasi data menjadi kesatuan.

2.2.3 Sumber Informasi

Menurut Quinn dan Lamble (2008, p. 1) aktivitas jurnalistik saat ini tak dapat terpisahkan dari komputer, baik untuk jurnalis cetak, jurnalis penyiaran, maupun jurnalis *online*. Tidak hanya komputer, para jurnalis juga dapat menggunakan jaringan internet sebagai alat pengumpulan berita. Pada tahun-tahun awal abad baru, para jurnalis telah memeluk *web* dan *email* sebagai alat pelaporan (*reporting*) (Ross, 2002, p. 22-23). Quinn dan Lamble (2008, p. 1) menyebutkan proses kerja jurnalis yang dikombinasikan dengan komputer dan internet disebut dengan *Computer Assited Reporting* (CAR). Bagaimana pun jurnalisme adalah sesuatu tentang bekerja dengan informasi, dan internet merupakan salah satu sumber informasi terbesar di dunia (Quinn & Lamble, 2008, p.1).

Banyak sumber informasi berbeda yang dapat digunakan untuk keperluan peliputan, baik berupa dokumen asli, data mentah, siaran pers, maupun informasi dari individu. Semakin banyak informasi-informasi ini ditempatkan secara online (digitalisasi), maka berpotensi mengubah proses riset & peliputan jurnalistik (Ward, 2002, p. 19).

Dengan adanya riset dan peliputan yang dilakukan secara *online*, maka ada beberapa kemudahan yang bisa didapatkan:

1. Rentang akses ke sumber: Bisa melalui individu, dokumen-dokumen, data, dan arsip berita
2. Jumlah yang dapat diakses: Jutaan cerita, dokumen, dan kontak
3. Kecepatan akses: Koleksi konten editorial
4. Bisa melakukan apa saja dengan segala informasi yang dimiliki
5. Kemampuan untuk berdiskusi maupun berdebat

Dalam aktivitasnya, seorang jurnalis mempunyai dua tugas utama yakni mengumpulkan bahan berita (data-data) dan menyebarkannya. Dalam *online research and reporting* sama halnya dengan pelaporan tradisional, riset data dan pelaporan berita merupakan bentuk dari proses mengumpulkan data-data berita. *Online* (internet) memiliki dampak secara langsung terhadap pekerjaan jurnalis, seperti membantu mencari sejumlah informasi, memunculkan ide-ide dan menemukan berbagai sumber, serta kontak dan orang-orang yang berpotensi untuk bisa diwawancarai (Ward, 2002, p. 68).

Di tengah kemudahan jurnalis dalam mencari bahan berita dengan alat bantu internet (*online*), Mike Ward (2002, p. 69) mengelompokkan 4 elemen untuk mengumpulkan bahan berita:

1. *Finding Information*

Mencari informasi yang dibutuhkan secara luas. Bisa berupa dokumen-dokumen (arsip berita), data, foto/gambar, dan video. Ishwara (2005, p. 66) mengatakan bahwa wartawan harus tahu banyak hal dan mengembangkan sumber informasi, karena sumber informasi adalah detak jantung jurnalis. Menurut Webb dan Salancik (dalam Ishwara, 2005, p. 67) terdapat 4 hal yang dapat membantu jurnalis dalam mengumpulkan informasi, yaitu; (1) Observasi langsung dan tidak langsung; (2) Proses wawancara; (3) Pencarian melalui dokumen publik; (4) Partisipasi dalam suatu peristiwa.

Namun, dengan kemudahan internet pencarian informasi dapat dilakukan dengan sejumlah mesin pencari dengan memilih kata kunci yang tepat, karena semakin baik kata kuncinya, maka akan semakin memudahkan menemukan informasi (Quinn & Lamble, 2008, p. 59). Selain itu, menurut (Quinn & Lamble, 2008, p. 68) pencarian informasi juga dapat dilakukan dengan arsip/dokumen berita, salah satunya surat kabar yang terkomputerisasi maupun yang bersumber dari internet (*media online*). Quinn & Lamble juga menyebut arsip berita memiliki kemudahan, yaitu:

1. Arsip berita relatif menggunakan kata kunci yang mudah ditemukan
2. Memiliki tanggal atau rentan waktu
3. Informasi dalam arsip berita dibuat oleh jurnalis (pengumpul informasi yang terlatih)
4. Arsip yang dari sebuah lembaga media memiliki banyak informasi bermanfaat
5. Arsip berita mencerminkan nilai-nilai berita

2. *Finding People*

Mencari informan yang sesuai dengan topik. Menyesuaikan dengan kriteria yang dicari. Untuk mengembangkan cerita maupun informasi, perlunya mengembangkan informasi dengan mencari orang (narasumber) melalui *e-mail* maupun basis data (Quinn & Lamble, 2008, p. 24). Meskipun pencarian seseorang untuk dijadikan narasumber dapat menguatkan serta mengembangkan informasi yang kita punya, Mencher (dalam Ishwara, 2005, p. 76) mengatakan jurnalis harus tetap memiliki sikap skeptis, karena sumber manusia terkadang kurang bisa dipercaya dibanding dengan sumber-sumber lain. Namun, dengan kemudahan internet kini jurnalis dapat menggunakan sumber-sumber *online* termasuk media sosial sebagai sumber atau narasumber, tanpa harus turun lapangan (Bruns dalam Franklin dan Eldridge, 2017, p. 325).

3. *Checking Information*

Memastikan kembali tentang kebenaran informasi yang didapatkan. Pastikan informasi tersebut agar tidak terjadi kesalahan informasi dan demi akurasi data menggunakan sumber referensi *online*. Suatu berita harus merupakan fakta, bukan opini jurnalis maupun imajinasi narasumber, karena apa yang disampaikan/disajikan jurnalis harus akurat dan sudah diverifikasi.

Menurut Wendratama (2017, p. 42), *journalism is the business of verification* yang berarti verifikasi (pemeriksaan fakta) merupakan tugas utama jurnalis yang tidak dilakukan oleh profesi lainnya. Wendratama (2017) juga menambahkan ada beberapa cara untuk menguji kebenaran fakta yaitu dengan bantuan internet, media lain, informan, melakukan *cover both side*, dan tidak menggunakan sumber anonim (2017, p. 42-43). Menurut Sudiby (2013, p. 185-186) setiap berita pada prinsipnya harus melalui verifikasi, akan tetapi jika sifat beritanya mendesak untuk segera dipublikasikan, maka perlu diberi penjelasan kepada publik bahwa berita tersebut masih memerlukan verifikasi lanjut.

4. *Analysing Information*

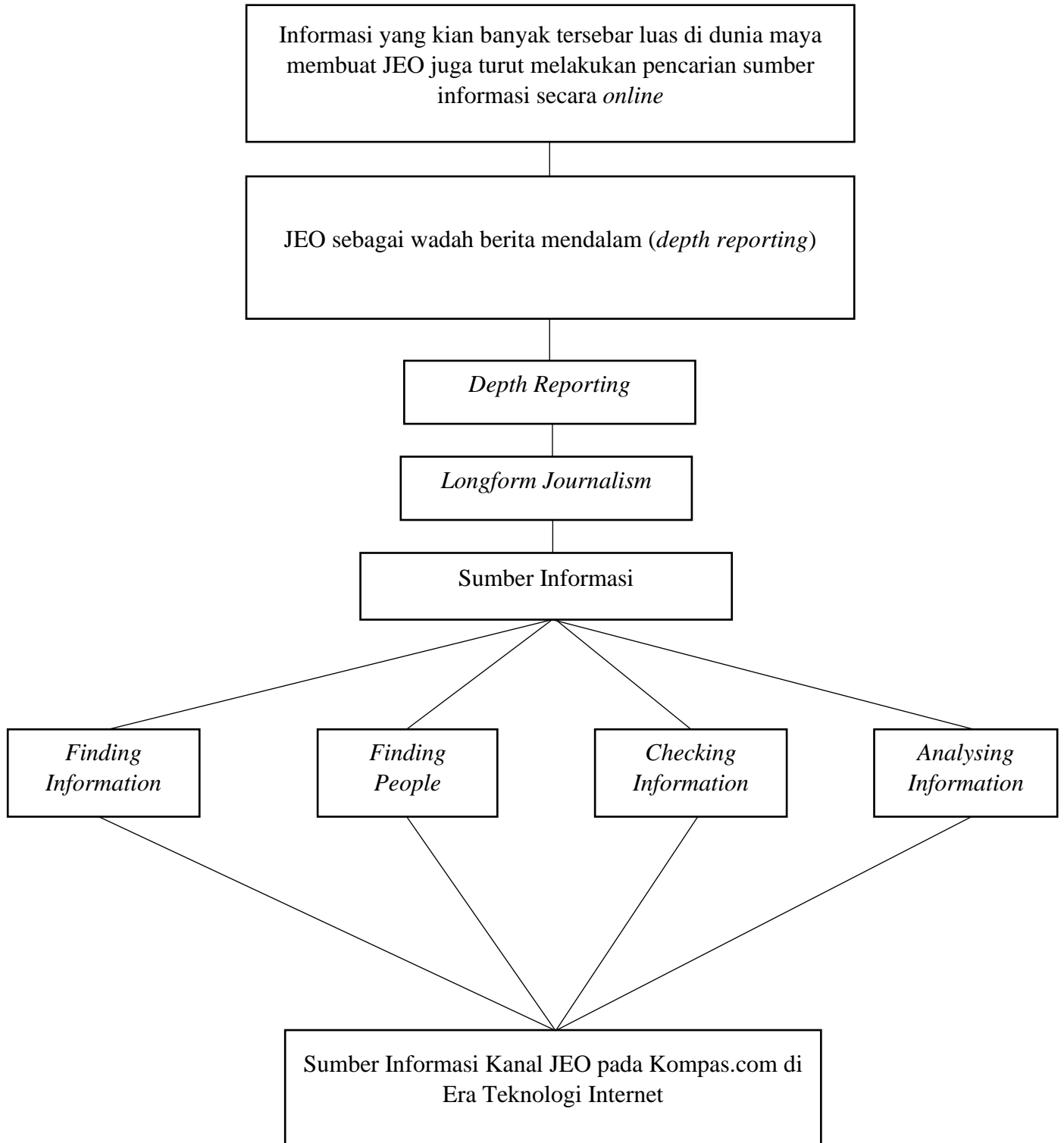
Maksud dari analisis informasi adalah mengelompokkan informasi yang telah didapatkan untuk memudahkan pembuatan berita. Hal ini dilakukan berupaya untuk membuat pekerjaan jurnalis menjadi lebih efisien. Selain itu, analisis informasi juga dapat diartikan sebagai analisis

sejumlah data besar (dalam bentuk angka). Pengolahan data tersebut bertujuan untuk agar pesan mudah dimengerti.

2.3 Alur Penelitian

Alur penelitian ini berawal dari mudahnya menemukan sejumlah informasi yang luas di dunia maya. Begitu pun yang dilakukan oleh tim kanal JEO di Kompas.com yang juga menjadikan internet sebagai sumber pencarian sumber informasi. Di sisi lain, JEO sebagai *depth reporting* harus bisa menyajikan berita secara utuh dan runut. Oleh sebab itu peneliti mencoba untuk mengetahui bagaimana pencarian sumber informasi yang dilakukan oleh rekan media JEO dilihat dari *finding information, finding people, checking information, & analyzing information*.

Bagan 2.1 Alur Penelitian



Sumber: Olahan peneliti, 2019.