



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 I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Perkembangan teknologi saat ini membuat banyak perubahan yang terjadi pada kehidupan masyarakat. Hadirnya Internet yang disebabkan oleh teknologi, menjadi peran penting dalam perubahan masyarakat mengkonsumsi berita ataupun jurnalis dalam menghasilkan berita. Saat ini, hampir semua masyarakat di dunia melibatkan internet dalam kehidupan sehari-hari dengan bertujuan lebih praktis dan mudah. Berdasarkan survei yang dilakukan oleh Asosiasi Penyedia Jasa Internet di Indonesia (APJII) pada tahun 2018, sebanyak 171,17 juta masyarakat Indonesia sudah menggunakan jaringan internet dari total populasi penduduk Indonesia sebesar 264,16 juta orang. Dapat diartikan sebanyak 64,8% masyarakat sudah terhubung dengan jaringan internet (APPJI, 2018). Kehadiran teknologi seakan-akan untuk menuruti semua kehendak atau yang diinginkan oleh masyarakat. Menurut Sardar (1987, p. 161), teknologi merupakan sarana untuk memecahkan masalah yang dialami manusia, dapat dikatakan tanpa teknologi banyak masalah yang tidak akan terpecahkan dengan sempurna.

Perkembangan internet membuat adanya pergeseran atau perubahan pola masyarakat dalam mengkonsumsi berita. Hal ini tentu menjadi tantangan tersendiri bagi media dan jurnalis untuk menghasilkan konten yang mampu di akses dan mudah bagi *audiens*. Kemunculan internet, banyak media melakukan transformasi dalam memproduksi berita. Cottle & Ashton (1999, p. 1) menjelaskan terdapat tiga faktor yang mempengaruhi transformasi yang terjadi pada media dalam memproduksi berita yaitu teknologi komunikasi baru, konvergensi dan digitalisasi.

Akar mulanya perubahan ini ketika pada tahun 1990-an munculnya internet, *Word Wide Web* (WWW), dan komputer sebagai media komunikasi massa pada saat itu. Jurnalis mulai menggunakan internet untuk mengumpulkan berita dengan waktu yang lebih singkat dan lebih memudahkan masyarakat untuk mengakses berita (Westlund & Quinn, 2018, p. 1). Carricaburu (1999) menyebutkan surat kabar harian The Orem, menjadi surat kabar pertama yang memberhentikan produk cetak setelah 9 bulan dan beralih ke *online* pada 5 Agustus 1999. Ini menjadi kasus pembuka mulainya tren media *online* ataupun media digitalisasi (dalam Pavlik, 2000, p. 234).

Adzkia (2005, p. 43) menjelaskan, salah satu penyebab hadirnya Internet yang menyebabkan perubahan pada pola kerja jurnalisme adalah munculnya salah satu produk perkembangan teknologi komunikasi yang menekankan konsep konvergensi. Konvergensi menjadi peran penting atau kunci utama dalam perkembangan media para era saat ini. Pada tahun 2004 muncul Web 2.0 yang memfasilitasi interaksi pengguna, blog muncul dan jaringan media sosial lahir. Pada saat itu, media mulai

melakukan konvergensi pada ruang redaksi mereka. Hal ini juga diungkapkan oleh Quinn (2004), yaitu media saat ini untuk bisa tetap terus bertahan pada era global salah satunya adalah dengan melakukan konvergensi. Menurut Deuze (2004, p. 140), konvergensi pada umumnya terlihat dalam hal untuk meningkatkan kerja sama dan kolaborasi antara ruang redaksi media yang sebelumnya terpisah. Salah satu hasil konvergensi adalah media *online*, karena adanya kolaborasi media massa konvensional dan internet.

Hampir semua media melakukan transisi menjadi media digital agar bisa bertahan dengan media-media digital lainnya. Kemunculan internet menimbulkan istilah *digital-first mindset* yang sering digunakan dalam ruang redaksi (Ardonato, 2017, p. 68). *Digital-first* adalah pola pikir ruang redaksi untuk mendistribusikan konten berita pada situs *website*, yang merupakan sumber utama *audiens* dalam mengkonsumsi berita pada saat itu.

Media cetak Tabloid Bola menjadi bukti konkrit kalah saing oleh media digital. Pada akhirnya Tabloid bola yang sudah menjadi ikon berita olahraga yang sangat dinikmati pada tahun 1980-an dilenyapkan oleh perkembangan teknologi (Reily, 2017). Hal ini menandakan bahwa *audiens* mengikuti perkembangan teknologi terutama internet, sehingga ada perubahan pola dalam cara mengkonsumsi berita.. Media untuk menjangkau *audiens*, harus terus dan mampu mengikuti arus teknologi dan diterapkan ke dalam ruang redaksi.

Konsep konvergensi yang menghasilkan kolaborasi menghadirkan berbagai format yang disebut multimedia. Multimedia adalah redaksi yang hadir akibat adanya teknologi dan konvergensi (Deuze, 2004, p. 143). Ruang redaksi yang menerapkan prinsip multimedia terutama dalam media daring yang cenderung lebih cakap dan terampil dalam menggunakan seluruh teknologi yang dimiliki untuk memproduksi berita dalam berbagai format. Tantangan yang terjadi kepada jurnalis multimedia adalah tuntutan *Multitasking* yang merupakan nilai tambahan pada jurnalis *online*. Sebab, jurnalis menggarap beberapa platform dalam satu media di era multimedia (Saltiz & Dickinson, 2008, p. 220). Terdapat empat alasan media harus menerapkan multimedia yaitu penggunaan media semakin meningkat, kebutuhan *audiens* yang semakin tinggi, kecepatan produksi, dan meningkatkan kemampuan jurnalis (Filak, 2015, p. 5).

Penerapan multimedia pada sebuah media dapat dilihat dari logika berpikir *multimedia logic*. Diawali dari pikiran Dahlgren (1966) tentang *media logic*, Deuze pada tahun 2014 akhirnya mempertimbangkan untuk menilai karakteristik “Logika multimedia” dalam jurnalisme. Menurut Deuze (2014), *multimedia logic* lebih memiliki relevansi yang kuat dengan keadaan media digital sekarang. Logika Multimedia melihat multimedia melalui perspektif kelembagaan, teknologi, organisasi, dan produsen/pengguna untuk memengaruhi bagaimana pekerjaan berita dilakukan dalam suasana konvergensi. *Multimedia Logic* mendefinisikan multimedia sebagai penyajian paket berita di situs web dengan menggunakan dua

atau lebih format. Dan sebagai presentasi paket berita melalui berbagai media yang berbeda (Deuze, 2004, p. 140).

Pada fase selanjutnya, perubahan *audiens* dalam mengkonsumsi berita yang sangat signifikan adalah sejak kemunculan dan perkembangan perangkat seluler (Filak, 2015, p. 4). Perangkat seluler saat ini tidak hanya sebagai alat komunikasi seperti pengiriman teks atau suara, namun fungsinya sudah setara dengan komputer dan mampu terhubung dengan internet. Perkembangan perangkat seluler memungkinkan untuk mengakses dan berinteraksi dengan beragam bentuk mulai dari audio, video, grafik, teks, dan animasi. Pada akhir 1990-an, *smartphone* sudah membuat adanya perubahan masyarakat dalam mendengarkan musik, hingga penggunaan internet untuk mengkonsumsi berita (Westlund, 2019, p. 1). Westlund (2019) menyebutkan “*transformations that it no longer makes sense to refer to it as a phone, but rather as a mobile device*” (2019, p. 1).

Pada tahun 2004 saat tsunami melanda Aceh, banyak masyarakat mengabadikan video tsunami tersebut hanya dengan perangkat seluler. Hasil dari rekaman tersebut menjadi informasi bagi masyarakat luas baik di Indonesia maupun dari luar Indonesia bagaimana keadaan Aceh saat itu. Contoh lainnya pemboman transportasi London 2005, setelah Badai Katrina pada 2005, eksekusi Saddam Hussein pada akhir 2006, dan penembakan Virginia Tech pada April 2007 (Cameron, 2008, p. 3). Pada kasus-kasus di atas membuktikan, canggihnya teknologi komunikasi seluler, mendukung masyarakat terlibat untuk membuat sesuatu yang bernilai berita. Istilah

citizen journalism muncul karena *audiens* memiliki perangkat seluler untuk berbagi konten secara mudah. Pada kasus ini juga memperlihatkan bahwa menggunakan perangkat seluler dalam merekam suatu kejadian akan lebih praktis.

Kecenderungan masyarakat dalam mengonsumsi berita menggunakan perangkat seluler, membuat *audiens mobile* saat ini ingin mengakses berita secara praktis dan cepat. Masyarakat selalu menggunakan perangkat seluler dan memeriksa berita terbaru setelah bangun di pagi hari, ketika ke kamar kecil, selama melakukan perjalanan, tempat kerja atau sekolah, hingga pulang kembali ke rumah (Westlund, 2019, p. 3). Hal ini menunjukkan kebutuhan *audiens mobile* terhadap berita semakin tinggi. Sasseen, Olmstead, & Mitchell (2013, dalam Westlund, 2015, p. 3) mengatakan masyarakat banyak menghabiskan waktu dengan mengakses berita.

Gambar 1.1 Data pengguna *mobile*, internet, dan sosial media



Sumber: wearesocial.com

Pada **gambar 1.1**, menunjukkan bahwa pada tahun 2020 masyarakat Indonesia yang menggunakan perangkat seluler sebanyak 338,2 juta. Jumlah pengguna perangkat seluler yang setiap tahun terus meningkat pesat menandakan perangkat seluler sudah menjadi bahan pokok dalam kehidupan sehari-hari. Masyarakat saat ini mencari berita di berbagai *platform* karena penyebaran informasi sudah semakin luas dan cepat, sehingga adanya peluang masyarakat dengan jangkauan besar untuk tidak tertinggal informasi.

Media berusaha menarik perhatian *audiens* dengan membuat konten yang mampu diakses oleh perangkat seluler. Hal ini menggantikan istilah *digital-first* menjadi *mobile-first mindset*, yaitu menempatkan prioritas untuk menghasilkan konten yang berkualitas dan dapat dengan mudah diakses oleh *audiens* melalui perangkat seluler dan pada *platform* media sosial (Ardornato, 2018, p. 25). Teknologi perangkat seluler bergerak cepat, jika jurnalis tidak mengikuti teknologi dan terus bertahan pada cara kerja media lama, maka akan tertinggal jauh dengan media yang menerapkan *mobile-first mindset*. Masyarakat digital saat ini menginginkan kecepatan informasi dan juga kemudahan akses menggunakan perangkat seluler. Jurnalis harus mampu memiliki logika pemikiran ini agar mampu bertahan menghadapi masyarakat digital. Beberapa spesialis mengatakan bahwa teknologi seluler telah memicu era baru dalam pengumpulan berita (Quinn, 2004, p. 213).

Meningkatnya pengguna perangkat seluler membuat wartawan memanfaatkan perkembangan teknologi ke dalam proses menghasilkan berita. Hal ini juga dikatakan oleh Umair (2016), yaitu dengan perkembangan perangkat seluler yang sudah dapat membuat produk multimedia dan jaringan dengan konektivitas yang baik, telah membawa cara baru bagi jurnalis untuk menghasilkan berita lebih efisien. Umair (2016) menambahkan, berita baik berupa produk foto ataupun video dapat diproduksi dan bahkan diterbitkan langsung dari lapangan (2016, p. 1). *Mobile Journalism* adalah jurnalis yang menggunakan perangkat seluler pada pelaporan berita (Westlund, 2013, p. 16).

Mobile Journalism mampu lebih mudah untuk menangkap kejadian *real time* dikarenakan *output* perangkat seluler yang ringan, sehingga memudahkan jurnalis dalam peliputan. Menggunakan perangkat seluler dapat membuat jurnalis mampu melaporkan berita dimana saja dan kapan saja. Konektivitas internet pada perangkat seluler juga memberi peluang jurnalis untuk melakukan wawancara atau menggali informasi melalui perangkat seluler (Westlund, 2013, p. 16).

Mobile Journalism atau jurnalisme seluler mengacu pada semua dinamika yang saling terkait saat berita sedang diproduksi dan didistribusikan dengan atau untuk perangkat seluler (Westlund, 2019, p. 1). *Mobile journalism* tidak hanya menggunakan perangkat seluler untuk pelaporan berita, namun juga konten yang dihasilkan mampu diakses menggunakan perangkat seluler. Westlund, (2019, p. 3) mengatakan, bahwa perangkat seluler dan media sosial menjadi pintu gerbang

utama untuk mengakses berita oleh seluruh masyarakat di dunia saat ini. *Mobile Journalism* sangat relevansi untuk menjangkau *audiens* lebih besar. Mihalidis (2014) mengatakan, mahasiswa menggunakan perangkat seluler mereka untuk mengakses berita melalui media sosial daripada dengan sengaja dan secara aktif mencari situs berita (Westlund, 2015, p. 4).

Hal ini juga dapat dilihat pada **gambar 1.1**, sebanyak 59% masyarakat menggunakan media sosial. Hal ini membuktikan media sosial juga menjadi peran penting bagi masyarakat untuk mendapatkan informasi dan hiburan. Pada dasarnya, setiap *audiens* memiliki media sosial favoritnya masing-masing untuk digunakan dalam kehidupan sehari-hari.

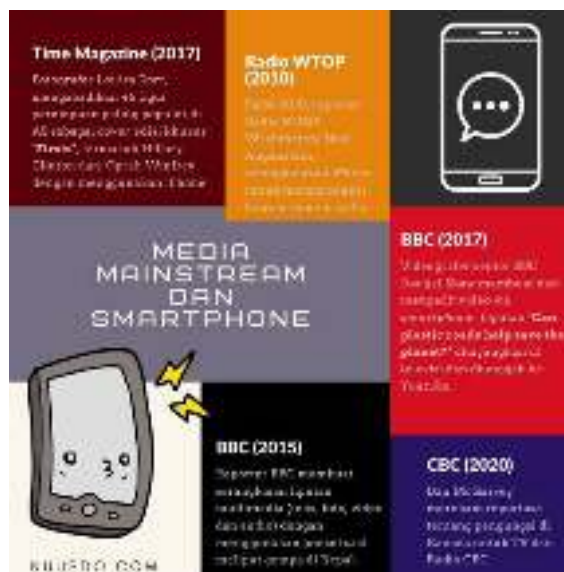
Pada tahun 1990-an merupakan langkah pertama jurnalis dan media berita untuk menuju jurnalisme seluler. Pada saat itu, beberapa media seperti BBC dan El Pais memberikan pemberitahuan berita dengan mengirimkan SMS kepada masyarakat yang sudah berlangganan (Westlund, 2019, p. 3). Kemudian perkembangan jurnalisme seluler terjadi pada tahun 2007, yaitu telah terjadi konvergensi telekomunikasi dan komputasi perusahaan besar seperti Apple, Google dan Microsoft telah masuk sebagai pembentuk kuat dari industri media seluler, pertumbuhan terus berlanjut seperti Samsung dan Nokia (Umair, 2016, p. 1).

Reuters termasuk media penting dalam memajukan awalnya *mobile journalism*. Pada tahun 2007 industri berita (Reuters) dan telekomunikasi (Nokia) melakukan kolaborasi. Mereka mengembangkan *toolkit MoJo* dan menggunakan kit tersebut

untuk melaporkan Olimpiade Beijing pada tahun 2008 di Amerika Serikat. Namun, karena pada saat itu kurangnya layanan 3G dan nirkabel yang bagus, akhirnya ada beberapa tempat konvensi yang terhalang (Cameron, 2008, p. 1).

Kasus lainnya adalah wartawan Washington Post, Ed O’Keefe menggunakan telepon genggam nya di konvensi Partai Demokrat untuk menangkap rekaman dukungan Hillary Clinton atas Barack Obama. Setelah itu di edit dengan cuplikan siaran TV untuk membentuk paket berita (Cameron, 2008, p. 1). Semakin adanya kemajuan dari perangkat seluler, banyak media juga mulai mengikuti untuk meliput laporan dengan teknik *mobile journalism* seperti BBC, Time Magazine, dan lain lain seperti pada **gambar 1.2**

Gambar 1.2 Contoh media *mainstream* melakukan peliputan *mojo*



Sumber: wearesocial.com

Hal ini menunjukkan bahwa perangkat seluler sudah mampu menghasilkan produk jurnalistik. Pada dasarnya, *Mobile Journalism* hadir melalui hasil dari konvergensi teknologi perangkat seluler dan multimedia. *Mobile Journalism* menawarkan peluang besar bagi jurnalis khususnya media *online* yang berbasis multimedia. Hal ini disebabkan, perangkat seluler memiliki fitur-fitur seperti multimedia (video, audio, dan lain lain) yang sudah memiliki kualitas yang standar. Quinn (2009) menyebut jurnalis kontemporer adalah "jurnalis seluler potensial" yang dapat memproduksi cerita multimedia menggunakan perangkat seluler (dalam Kumar & Haneef, 2017, p. 3).

Pada media Indonesia sendiri, Harian Kompas pada tahun 2015 lalu, pernah menerbitkan foto yang dihasilkan menggunakan perangkat dan menjadi *headline* berita. Tepatnya pada Jumat, 30 Oktober 2015 tentang sebuah sekolah yang terkepung oleh pembangunan perumahan di sekitarnya.

Gambar 1.3 Foto *headline* Kompas.com menggunakan *perangkat seluler*



Sumber: ebooks.gramedia.com

Liputan6.com salah satu media *online* Indonesia, pada tahun 2019 juga sudah menggunakan perangkat seluler untuk menghasilkan konten berita video. Liputan6.com juga sering mengadakan seminar tentang *mobile journalism*, dan pelatihan tentang *mobile journalism*.

Gambar 1.4 Salah satu konten *mobile journalism* Liputan6.com



Sumber: Liputan6.com

Perubahan jurnalisme ketika sebuah media menerapkan *mobile journalism* dalam redaksi bukan suatu yang mudah diterapkan walaupun sudah dibantu dengan adanya teknologi yang canggih. Hal ini dikarenakan ada budaya yang berubah dalam pola kerja redaksi. Westlund (2013) mengatakan, berita seluler dapat mempengaruhi berita dengan berbagai cara seperti rutinitas harian jurnalis, model bisnis, hingga fungsi jurnalistik yang demokratis (dalam Westlund, 2015, p. 2). Perubahan akan menimbulkan perasaan cemas dan tidak yakin yang dirasakan oleh para jurnalis

multimedia, terutama jurnalis yang sebelumnya bekerja pada media konvensional. *Mobile Journalism* juga menuntut *multi-skilling* kepada jurnalis karena melatih menggunakan beberapa alat dan aplikasi terbaru untuk menghasilkan cerita multimedia (Kumar & Haneef, 2017, p. 3).

Secara umum, alur kerja *mobile journalism* belum memiliki pedoman atau pegangan yang resmi. Mills, Egglestone, Rashid, & Vääätäjä (2012, dalam Kumar & Haneef, 2017, p. 3) mengatakan, bahwa implementasi alur kerja *mojo* di dalam praktik jurnalistik dan ruang redaksi tidak ber-dokumen. Mills, Egglestone, Rashid, & Vääätäjä (2012) menambahkan persyaratan utama untuk alur kerja *mojo* yang sukses adalah untuk mengintegrasikan ke dalam alur kerja ruang redaksi, melaraskan dengan norma teknis standar, dan berikan pelatihan dan dukungan kepada jurnalis (dalam Kumar & Haneef, 2017, p. 3). Maka, alur kerja *mobile journalism* akan berbeda setiap masing media-media, mengikuti budaya kerja ruang redaksi masing-masing.

Westlund & Quinn (2018), mengatakan beberapa media pada awal menerapkan *mojo* melatih jurnalis dalam keterampilan *mojo* dengan bantuan dari luar seperti konsultan dan praktisi. Namun, beberapa media belajar mandiri dari rekan-rekan mereka dan bereksperimen sendiri dalam melakukan praktik *mojo* (Westlund, 2019, p. 6). Hal ini tentu disesuaikan dengan kebijakan dalam media masing-masing ketika mempelajari *mobile journalism*.

Perbedaan dalam menerapkan *mobile journalism* membuat peneliti ingin melihat bagaimana media Indonesia menerapkan *mobile journalism* dan perubahan yang dialami pada media tersebut. Perkembangan *mojo* pada media Indonesia yang juga belum diterapkan secara menyeluruh dan baru, membuat peneliti ingin melihat sejauh mana *mojo* diterapkan pada media Indonesia. Westlund (2011) berpendapat, bahwa penelitian kontemporer harus mempelajari bagaimana organisasi berita mulai masuk menggunakan perangkat seluler, bagaimana penggunaan media seluler mengubah cara jurnalis melakukan tugas mereka dan selanjutnya dilembagakan di ruang redaksi (dalam Kumar & Haneef, 2017, p.2).

Peneliti memilih *media online* Liputan6.com yang secara aktif sudah menggunakan perangkat seluler dalam melakukan pelaporan berita pada tahun 2019. Liputan6.com mempunyai sosial media seperti Instagram, Facebook, Twitter, YouTube, dan Tiktok untuk mendistribusikan konten berita. Liputan6.com juga beberapa kali sudah melakukan *workshop* dan juga pelatihan tentang *mobile journalism*. Liputan6.com termasuk lima besar *media online* terpopuler di Indonesia menurut data Alexa.com (Alexa.com, 2020). Data ini dapat dikaitkan bahwa, *Liputan6.com* mampu memberikan konten dan *layout* yang mampu menarik perhatian *audiens* pada saat ini.

Untuk memperdalam praktik *mobile journalism* pada media Liputan6.com, peneliti menggunakan logika berpikir *multimedia logic* yang dikemukakan oleh Mark Deuze (2004) dalam jurnal *what is multimedia. Multimedia Logic* dapat melihat sejauh mana praktik *mobile journalism* pada empat aspek yaitu institusi, teknologi, organisasi, dan produsen/pengguna yang saling berkaitan satu sama lain. Logika berpikir ini selaras karena *mobile journalism* merupakan konvergensi antara multimedia dan perangkat seluler. Dengan logika berpikir ini, peneliti akan mampu melihat dinamika perubahan media Liputan6.com dalam menerapkan *mojo*.

1.2 Rumusan Masalah

Kemunculan *Mobile Journalism* mampu memenuhi kebutuhan *audiens* digital dalam mengakses berita. Media yang menerapkan *Mobile journalism* akan mampu menjangkau *audiens* yang saat ini cenderung menggunakan perangkat seluler dan sosial media dalam konsumsi berita. Pada penjelasan diatas mengatakan bahwa alur kerja *mobile journalism* akan berbeda setiap masing media-media, mengikuti budaya kerja ruang redaksi masing-masing. Untuk melihat apa yang menjadi alasan pertimbangan media *online* Liputan6.com menerapkan *mobile journalism* dan bagaimana menerapkan alur kerja *mobile journalism* pada ruang redaksi, peneliti akan menjawab dengan pertanyaan rumusan masalah:

“Bagaimana penerapan *mobile journalism* pada media *online* Indonesia Liputan6.com untuk mampu menjangkau kebutuhan *audiens*?

1.3 Pertanyaan Penelitian

Dari rumusan masalah di atas, peneliti kembali menguraikannya ke dalam pertanyaan penelitian, yaitu:

1. Bagaimana Liputan6.com mengaplikasikan *Mobile Journalism* di dalam ruang redaksi?
2. Bagaimana penerapan *mobile journalism* di Liputan6.com ditinjau dengan ketentuan aspek *multimedia logic*?
3. Bagaimana *Mobile First-Mindset* diterapkan ketika dalam proses penerapan *mobile journalism*?

1.4 Tujuan Penelitian

Sesuai rumusan masalah tersebut, berikut tujuan dari penelitian ini:

1. Untuk mendeskripsikan dan menganalisis bagaimana penerapan *mobile journalism* di Liputan6.com
2. Untuk mengetahui sejauh mana perspektif *multimedia logic* pada penerapan *mobile journalism* di Liputan6.com

3. Untuk mengetahui bagaimana *Mobile First-Mindset* diterapkan ketika dalam proses penerapan *mobile journalism*

1.5 Kegunaan Penelitian

Penelitian ini tidak berhenti hanya untuk mencapai tujuan. Namun, penelitian ini juga memiliki kegunaan ataupun manfaat yang berguna dari berbagai aspek. Kegunaan penelitian terbagi menjadi 3 aspek yaitu, kegunaan akademis, praktis, dan juga sosial.

1.5.1. Manfaat akademis

Penelitian ini diharapkan mampu menambah wawasan mengenai *mobile journalism* sebagai pemanfaatan produksi dan pendistribusian berita dalam praktik jurnalistik. Peneliti juga berharap penelitian ini dapat menjadi acuan atau pedoman bagi media yang ingin menerapkan *mobile journalism* sebagai teknik peliputan, dan dapat pula menjadi bahan acuan bagi peneliti yang akan melakukan penelitian kontemporer seperti hubungan perangkat seluler dan ruang redaksi

1.5.2. Manfaat Praktis.

Manfaat kegunaan praktis yaitu penelitian ini dapat memberi gambaran tentang bagaimana penerapan *mobile journalism* pada media Indonesia Liputan6.com. Hal ini dapat membantu media yang ingin menerapkan *mobile journalism* ke dalam ruang redaksi untuk menjadi referensi. Penelitian ini juga akan mendorong media-media yang belum menerapkan *mojo*, melihat bagaimana *mojo* mampu beradaptasi dengan *audies* saat ini.

1.5.3. Manfaat Sosial.

Kegunaan penelitian ini juga memiliki kepentingan lebih luas, yaitu lingkup social. Penelitian ini berguna untuk memberi gambaran bagi masyarakat luas tentang *Mobile Journalism* yang suda menjadi standar dalam pelaporan berita. Masyarakat perlu mengetahui bagaimana perangkat seluler tidak hanya mengubah pola mereka, namun juga ada perubahan pada media.

1.6 Keterbatasan Penelitian

Peneliti menyadari dalam penelitian ini masih ada keterbatasan. Terdapat keterbatasan pada teknik pengumpulan data, karena di saat penelitian ini dilakukan sedang ada pandemi Covid-19 yang menyebar di Indonesia hingga dunia. Pemerintah memberikan kebijakan untuk masyarakat melakukan *social distancing* untuk menghambat penyebaran virus. Liputan6.com juga menerapkan *work from home* (WFH) saat pandemi. Akibatnya, peneliti tidak dapat mengumpulkan data dengan teknik observasi langsung, namun peneliti tetap melakukan observasi dari sumber data yakni halaman *website*, dan media sosial Liputan6.com.