

BAB II

KERANGKA TEORI/KERANGKA KONSEP

2.1 Penelitian Terdahulu

Dalam membahas pemahaman lokasi oleh jurnalis *kumparan* yang memproduksi pemberitaan bencana alam, peneliti menggunakan beberapa referensi penelitian terdahulu yang akan relevan dengan penelitian ini.

Penelitian **pertama** yang digunakan sebagai referensi penelitian ini adalah sebuah artikel berjudul “Place-Based Knowledge in the Twenty-First Century: The Creation of Spatial Journalism” oleh Amy Schmitz-Weiss yang terbit dalam jurnal *Digital Journalism* oleh Taylor & Francis. Penelitian yang memaparkan unsur ruang dan tempat dalam jurnalisme ini terbit pada tahun 2015 (Schmitz-Weiss, 2015).

Latar belakang dari penelitian tersebut adalah adanya informasi dan ruang geografis yang dapat dihubungkan ke dalam konsep pengetahuan berbasis tempat, serta dapat diaplikasikan dalam praktik jurnalisme. Penelitian juga tidak terlepas dari perkembangan teknologi digital yang membuat organisasi media membuat berita seolah-olah menjadi lebih dekat dengan konsumen. Dengan ponsel pintar atau tablet yang memiliki *geo-location* atau kemampuan GPS, konsumen menggunakan layanan berbasis lokasi untuk berbagai aktivitas seperti mencari arah, mengecek cuaca, menemukan restoran lokal, mencari berita, dan mendapatkan informasi lalu lintas. Oleh sebab itu, penelitian bertujuan untuk mencari tahu bagaimana informasi dan ruang geografis dapat terhubung dengan konsep pengetahuan berbasis lokasi yang dapat diaplikasikan dalam kerangka jurnalistik.

Penelitian berjenis kualitatif tersebut menggunakan metode studi pustaka sekaligus konsep dari penelitian jurnalisme, teknologi seluler, teori jaringan, dan media berbasis lokasi. Dalam penelitian tentang jurnalisme, dapat diketahui bahwa lokasi telah menjadi bagian dari praktik dan rutinitas jurnalistik, serta sikap konsumen terhadap berita. Begitu pula dalam penelitian teknologi seluler yang menunjukkan tidak dapat terpisahnya hal tersebut dengan jurnalisme karena memiliki dampak secara langsung. Sementara itu, teori jaringan dalam komunikasi

memberikan sudut pandang berbeda dalam memahami jurnalisme, industri berita, dan konsumen berita saat ini. Dari pendekatan media berbasis lokasi, peneliti dapat memahami bagaimana masyarakat mendefinisikan makna dari lokasi.

Hasilnya, Schmitz-Weiss merumuskan konsep jurnalisme spasial dengan menyertakan beberapa komponen yang perlu ada, serta ranah penelitian yang dapat dipelajari. Penelitian tersebut juga memiliki simpulan yakni kemampuan teknologi digital yang memiliki layanan berbasis lokasi dapat membuka bentuk diskusi baru yang berhubungan dengan lokasi dan informasi. Lokasi juga memainkan peran penting dalam fungsi masyarakat dan bagaimana mereka melihat diri sendiri. Konsep jurnalisme spasial pada akhirnya dipaparkan dapat membuka jalan baru bagi pendidikan dan profesi untuk mengetahui dan memahami pentingnya lokasi dalam konteks jurnalisme, serta bagaimana dampaknya dalam melihat diri sendiri.

Referensi penelitian menjadi relevan karena menggunakan konsep jurnalisme spasial yang juga digunakan sebagai konsep dasar penelitian ini. Namun, penelitian terbatas pada penjelasan definisi jurnalisme spasial dan bidang penelitian yang memungkinkan. Oleh sebab itu, peneliti bermaksud mengisi celah penelitian dengan meneliti persepsi jurnalis *kumparan* yang menghasilkan pemberitaan bencana alam. Dengan begitu, penelitian tidak hanya memaparkan konsep dan fungsinya saja, tetapi juga menggambarkan bagaimana jurnalisme spasial dipahami dalam praktik jurnalisme sehari-hari.

Penelitian **kedua** yang digunakan sebagai referensi penelitian ini adalah sebuah artikel berjudul “Location-Based News in Mobile News Apps: Broadcast Leads in Geolocated News Content, Newspapers Lag Behind” oleh Amy Schmitz-Weiss. Artikel yang terbit pada 2018 ini terdapat pada jurnal *Newspaper Research Journal* oleh SAGE Publications (Schmitz-Weiss, 2018a).

Latar belakang dari penelitian tersebut adalah adanya industri media yang terus mengalami tantangan dan kesempatan baru untuk mendapatkan audiens melalui produk dan layanan mereka. Dengan adanya teknologi seluler dan digital yang terus berkembang, pengguna sebagai audiens dapat memperoleh berita yang terjadi di daerahnya melalui teknologi *global positioning system* (GPS). Oleh sebab itu, penelitian bermaksud ingin meneliti organisasi media apa saja yang

menggunakan berita berbasis *geolocation* dan bagaimana cara mereka melakukannya.

Sebagai penelitian yang berjenis kuantitatif, penelitian tersebut menggunakan metode analisis konten terhadap 173 aplikasi berita seluler yang ada di Amerika Serikat baik dari platform radio, televisi, koran, dan digital. Untuk melakukan penelitian yang ada, beberapa konsep digunakan seperti gawai dan berita seluler, layanan berbasis lokasi, berita lokal dan berbasis lokasi, serta lokasi dan jurnalisme.

Hasil yang ada menunjukkan bahwa ada lebih banyak aplikasi seluler milik media siar yang memiliki layanan berbasis lokasi dibandingkan jenis media lainnya. Selain itu, penelitian juga menyimpulkan bahwa kebanyakan aplikasi berita berbasis lokasi berfokus pada berita lalu lintas dan cuaca. Padahal, konsumen dapat mengakses jenis informasi seperti itu pada gawai seluler mereka secara langsung.

Untuk itu, penelitian tersebut menjadi relevan dengan penelitian ini karena sama-sama menggunakan konsep jurnalisme spasial untuk meneliti organisasi berita berbasis lokasi. Namun, penelitian terdahulu tersebut cukup terbatas karena hanya mencari tahu aplikasi media dan konten apa saja yang memiliki layanan berita berbasis lokasi. Oleh sebab itu, penelitian ini akan mengisi celah penelitian yang ada dengan mewawancarai jurnalis media dengan fitur pencarian berita berbasis lokasi tentang persepsi mereka yang berhubungan dengan teknologi informasi berbasis lokasi melalui sudut pandang jurnalisme spasial. Hal tersebut menjadi sesuai dengan saran yang terdapat pada artikel penelitian terdahulu terkait.

Selanjutnya adalah penelitian terdahulu **ketiga** dari jurnal *Journalism Studies* yang juga ditulis oleh Amy Schmitz-Weiss. Artikel yang terbit pada tahun 2019 ini berjudul “Journalists and Their Perceptions of Location: Making Meaning in the Community” dan diterbitkan oleh Taylor & Francis (Schmitz-Weiss, 2019a).

Penelitian memiliki latar belakang adanya teknologi digital dan seluler dalam industri media sehingga peran tempat dan ruang melalui lokasi juga membuat lapisan baru dalam hal pelaporan dan pemberitaan peristiwa. Namun, belum banyak informasi tentang bagaimana jurnalis masa kini menerima dan menggunakan ruang dan tempat dalam pekerjaan digital dan seluler mereka. Berangkat dari hal tersebut,

penelitian bertujuan untuk menemukan bagaimana para jurnalis memahami lokasi dan kedalaman ruang dan tempat melalui teknologi berbasis lokasi, serta bagaimana persepsi yang ada memengaruhi pekerjaan mereka. Lebih lanjut, tujuan penelitian yang ada diturunkan menjadi tiga pertanyaan penelitian yakni bagaimana jurnalis dan profesional media mendefinisikan lokasi, bagaimana mereka menggunakan lokasi dalam peliputan, dan bagaimana mereka mengomunikasikan lokasi ke rekan kerja, publik, dan lain-lain.

Penelitian kualitatif tersebut menggunakan studi kasus melalui wawancara mendalam semi terstruktur dengan 21 jurnalis dari tiga organisasi media berbeda. Dalam melakukannya, peneliti menggunakan konsep lokasi dan jurnalisme serta jurnalisme spasial yang memungkinkan peneliti untuk menjawab pertanyaan penelitian yang ada. Hasilnya, penelitian menunjukkan bahwa setidaknya ada tiga tema kunci terkait bagaimana jurnalis mempersepsikan lokasi dalam pekerjaan mereka: lokasi sebagai pembentuk makna, alat atau organisator dalam organisasi media, dan sebagai tantangan komunikasi dalam pekerjaan mereka.

Tentunya, penelitian tersebut memiliki relevansi dengan penelitian ini karena membahas bagaimana aspek tempat dan ruang menjadi penting bagi sebuah pemberitaan dan juga ingin meneliti bagaimana jurnalis memahami lokasi dari perspektif mereka melalui konsep jurnalisme spasial. Namun, penelitian terdahulu tersebut memang terbatas pada studi dan praktik yang berangkat dari definisi jurnalisme spasial itu sendiri, tanpa menghubungkannya dengan konsep jurnalisme lain yang banyak beredar di lapangan. Schmitz-Weiss hanya memberikan gambaran secara umum tentang bagaimana jurnalisme spasial diterapkan pada sebuah media dan tidak merujuk pada sebuah peristiwa tertentu dalam peliputan. Selain itu, penelitian terdahulu juga menyarankan agar penelitian dalam jurnalisme selanjutnya dapat memberikan gambaran lebih mendalam tentang lokasi dalam ruang dan tempat serta bagaimana jurnalis berinteraksi dengan hal tersebut sehingga membawa dampak bagi masyarakat yang mereka liput. Oleh sebab itu, penelitian kali ini bermaksud ingin mengisi celah penelitian dan mengembangkannya dengan meneliti pemahaman jurnalis dari sebuah media daring tentang jurnalisme spasial yang akhirnya akan menjadi penghubung bagi

masyarakat. Hal tersebut berkaitan dengan sebuah peristiwa tertentu dalam praktik jurnalisme sehari-hari yang akan menjadi relevan yakni bencana alam karena membawa dampak luas bagi masyarakat yang diliput.

Penelitian terdahulu **keempat** yang menjadi referensi dalam penelitian ini adalah sebuah artikel berjudul “News Narratives in Locative Journalism – Rethinking News for the Mobile Phone” oleh Kjetil Vaage Øie yang terbit pada 2015. Artikel terdapat dalam *Journal of Media Practice* yang diterbitkan oleh Taylor & Francis (Øie, 2015).

Latar belakang dari artikel penelitian tersebut adalah adanya platform berbasis lokasi yang bernama LocaNews. Sistemnya memungkinkan jurnalis untuk menulis tiga versi berbeda dari setiap peristiwa yang dekat dengan lokasi tertentu. Dalam penelitian tersebut, jurnalis disebutkan harus memerhatikan elemen spasial untuk merangkai berita yang sesuai dengan posisi pengguna. Namun, jurnalis berbasis lokasi tersebut harus dipertimbangkan sebagai kemampuan jurnalis, dibanding hanya menganggapnya sebagai platform teknis. Pendekatan lokasi yang ada memengaruhi teks dan penggunaan elemen teks yang mewakili bentuk penulisan peristiwa jurnalisme yang berbeda-beda. Dari situ, penelitian bertujuan untuk menganalisis elemen naratif dari teks jurnalisme yang terdapat pada platform seluler berbasis lokasi.

Penelitian berjenis kuantitatif tersebut menganalisis 738 teks dalam bentuk berita berbasis lokasi dalam LocaNews, sebuah platform berita berbasis lokasi. Dalam melakukan penelitian yang ada, Øie menggunakan konsep *locative media*, lokasi dalam jurnalisme, dan *locative narrative*. Untuk mendapatkan hasil penelitian, analisis dilakukan dengan berfokus pada tiga elemen naratif yang dapat ditemukan dan merupakan hal penting dalam jurnalisme yakni penyebutan orang kedua, pergerakan penting, dan rumusan pergerakan. Dari penelitian yang dilakukan, dapat disimpulkan bahwa tiga elemen tersebut dapat ditemukan dan dianggap penting dalam teks berita berbasis lokasi.

Penelitian oleh Øie menjadi relevan dengan penelitian ini karena ranah penelitian yang dilakukan juga mencakup tentang media yang memiliki berita berbasis lokasi. Secara lebih lanjut, penelitian terdahulu tersebut juga menyinggung

pentingnya jurnalis dalam memerhatikan elemen spasial dalam membuat berita berbasis lokasi. Hasil dari penelitian yang ada juga dapat menjadi bahan untuk membahas pemahaman jurnalis dalam memproduksi pemberitaan berbasis lokasi.

2.2 Teori atau Konsep yang digunakan

2.2.1 Teori Persepsi

Persepsi merupakan pengalaman tentang objek, peristiwa, atau hubungan yang diperoleh dari menyimpulkan informasi dan menafsirkan pesan (Rakhmat, 2012, p. 51). Sementara itu, menurut Sarwono (2012, p. 86), persepsi merupakan kemampuan untuk membedakan, mengelompokkan, dan memfokuskan perhatian pada objek-objek yang selanjutnya diinterpretasi. Persepsi terjadi ketika seseorang menerima stimulus dari dunia luar yang ditangkap oleh organ-organ yang selanjutnya masuk ke otak. Pada saat itu, terjadi proses berpikir yang terwujud dalam sebuah pemahaman yang disebut dengan persepsi (Sarwono, 2012, p. 86).

Sebelum terjadinya persepsi, perlu sebuah stimuli yang harus ditangkap lewat organ tubuh manusia sehingga dapat digunakan sebagai alat bantu untuk memahami lingkungannya (Sarwono, 2012, p. 86). Alat bantu yang dimaksud merupakan alat indra manusia berupa mata, telinga, lidah, kulit, dan hidung yang memiliki fungsinya masing-masing (Sarwono, 2012, p. 86). Alat indra tersebut membantu dalam kehidupan karena dapat memberikan sensasi, yakni stimulan dari dunia luar yang dibawa masuk ke dalam sistem saraf (Sarwono, 2012, p. 93).

Sarwono (2012, p. 93) memberikan contoh kumpulan fungsi sensasi yakni ketika merasakan coklat yang berwarna gelap (dilihat), bertekstur halus (diraba), dan rasanya manis (di lidah). Setelah itu, hal yang disebut interpretasi dari stimulan yang diterima muncul dalam bentuk perbandingan yang kita lakukan. Hal tersebut terjadi ketika kita berpikir bahwa coklat tersebut sangat enak dan kita belum pernah memakannya. Dalam tahap interpretasi, penambahan informasi atau memasukkan makna dari sensasi yang ada terlebih dahulu dilakukan. Hal selanjutnya merupakan persepsi ketika kita berpikir

harga coklat tersebut pasti sangat mahal karena rasanya yang enak. Oleh sebab itu, persepsi merupakan proses kombinasi atau penggabungan dari sensasi yang diterima oleh organ dan hasil interpretasinya (Sarwono, 2012, p. 93). Penjelasan ini juga dikemukakan oleh Rakhmat (2012, p. 51) yang menjelaskan bahwa persepsi berarti memberikan makna pada stimuli indrawi (*sensory stimuli*). Meski begitu, kesalahan persepsi merupakan hal yang mungkin terjadi karena kemampuan indra manusia yang terbatas (Sarwono, 2012, p. 94).

Ada beberapa faktor yang sangat memengaruhi persepsi (Rakhmat, 2012, pp. 51-58):

1. Perhatian (*Attention*)

Perhatian merupakan proses mental saat stimuli menonjol dalam kesadaran ketika stimuli yang lain melemah. Perhatian akan terjadi ketika seseorang mengonsentrasikan diri pada salah satu alat indra dan mengesampingkan sesuatu yang lewat alat indra lainnya. Faktor eksternal penarik perhatian (faktor situasional) terdiri dari:

- a. Gerakan

Manusia tertarik secara visual pada objek yang bergerak seperti huruf bergerak dalam iklan atau tikus yang bergerak di antara benda-benda mati.

- b. Intensitas Stimuli

Seseorang akan memerhatikan stimuli yang lebih menonjol dari yang lain seperti warna hitam pada latar belakang putih atau suara keras di malam hari.

- c. Kebaruan (*Novelty*)

Hal-hal yang baru, luar biasa, dan berbeda akan lebih menarik perhatian. Tanpa hal baru, stimuli menjadi membosankan, monoton, dan lepas dari perhatian.

- d. Perulangan

Sesuatu yang disajikan berulang-ulang dan disertakan sedikit variasi akan lebih menarik perhatian.

Sementara itu, faktor internal penaruh perhatian terdiri dari:

a. Faktor Biologis

Misalnya dalam keadaan lapar, seseorang akan tertarik pada makanan sebagai hal yang paling menarik perhatian mereka.

b. Faktor Sosiopsikologis

Motif sosiogenis, sikap, kebiasaan, dan kemauan memengaruhi apa yang seseorang perhatikan.

2. Faktor Fungsional

Berasal dari kebutuhan, pengalaman masa lalu, dan hal-hal lain termasuk faktor-faktor personal. Persepsi menjadi tergantung karakteristik seseorang yang memberikan respons pada stimuli, tidak lagi pada jenis stimuli.

3. Faktor Struktural

Berasal dari sifat stimuli fisik dan efek saraf yang terdapat dalam sistem saraf individu. Dalam memahami sebuah kejadian, hubungan antara beberapa hal harus dilihat secara keseluruhan yang bersifat terstruktur.

Sementara itu, menurut Sarwono (2012, pp. 103-106), ada beberapa hal yang menyebabkan terjadinya perbedaan persepsi antarindividu maupun kelompok:

1. Perhatian

Dari banyaknya rangsangan yang ditangkap oleh indra, tidak semua rangsangan tersebut dapat diserap sekaligus. Keterbatasan daya serap dari persepsi tersebut membuat seseorang hanya bisa memusatkan perhatian pada satu atau dua objek saja. Oleh sebab itu, perbedaan fokus dapat menyebabkan perbedaan persepsi antara orang yang satu dengan yang lain meski berada di lingkungan yang sama.

2. Set

Set merupakan kesiapan mental seseorang untuk menghadapi suatu rangsangan yang akan timbul dengan cara tertentu. Perbedaan set ini akan menyebabkan perbedaan persepsi pula.

3. Kebutuhan

Kebutuhan sesaat maupun menetap dalam diri seseorang akan memengaruhi persepsinya. Oleh sebab itu, kebutuhan yang berbeda akan membuat adanya perbedaan persepsi.

4. Sistem Nilai

Persepsi juga dipengaruhi oleh sistem nilai yang berlaku dalam sebuah masyarakat tertentu. Misalnya persepsi tentang mata uang logam yang lebih besar daripada ukuran sebenarnya oleh anak-anak yang lebih miskin.

5. Tipe Kepribadian

Tipe kepribadian seseorang juga berpengaruh terhadap persepsi. Misalnya kepribadian seseorang yang lebih tertutup dan pemalu akan mempersepsikan orang lain sebagai tokoh yang menakutkan dan sulit dijumpai.

6. Gangguan Kejiwaan

Sebagai gejala normal, ilusi yang berbeda dari halusinasi dan delusi merupakan kesalahan persepsi pada penderita gangguan jiwa. Misalnya pada penyandang gejala halusinasi visual atau auditif.

Peneliti menggunakan teori persepsi karena jurnalis yang menghasilkan pemberitaan bencana alam perlu memiliki pemahaman tentang jurnalisme spasial. Sementara itu, pemahaman tersebut terbentuk dari adanya proses persepsi yakni ketika individu jurnalis menerima stimulus yang ditangkap oleh alat indra mereka. Dengan begitu, proses berpikir terjadi dan menghasilkan pemahaman tertentu. Dalam penelitian ini, pemahaman jurnalisme spasial milik jurnalis *kumparan* yang ingin diteliti adalah seputar konsep lokasi.

2.2.2 Jurnalisme Bencana

Menurut Undang-Undang (UU) Nomor 24 Tahun 2007 tentang Penanggulangan Bencana, bencana memiliki pengertian peristiwa yang mengancam dan mengganggu kehidupan masyarakat karena faktor alam dan/atau faktor nonalam sehingga menimbulkan korban jiwa, kerusakan lingkungan, kerugian harta benda, dan dampak psikologis. Sementara itu, dalam Pasal 1 Ayat 2 disebutkan bahwa bencana alam diartikan sebagai peristiwa yang disebabkan oleh alam seperti gempa bumi, tsunami, banjir, gunung meletus, tanah longsor, dan lain-lain.

Indonesia merupakan salah satu negara yang rawan bencana. Dalam menghadapi bencana, peran media massa dalam menyediakan informasi berupa pemberitaan sangat dibutuhkan masyarakat, baik sebelum, saat, maupun pascabencana (Asteria, 2016, p. 1). Dengan begitu, kepanikan masyarakat karena isu dan rumor yang tidak jelas akan berkurang (Asteria, 2016, p. 1). Informasi yang ada akan menjadi semacam sistem peringatan dini bagi masyarakat, terutama di wilayah rawan bencana sehingga mereka dapat beraktivitas dengan aman pada suatu daerah dan bersiap menghadapi bencana di masa depan (Asteria, 2016, p. 2).

Bencana memiliki sifat yang tidak pasti dari segi situasi dan dampaknya. Dengan begitu, masyarakat berusaha mencari informasi yang diberikan media massa berupa pemberitaan untuk mengurangi ketidakpastian tersebut (Asteria, 2016, p. 2). Saat bencana terjadi, komunikasi yang efektif dibutuhkan untuk respons, pemulihan, dan persiapan dalam komunitas lokal dan internasional. Masyarakat bergantung pada media massa untuk mengetahui informasi terbaru dan mereka memercayai informasi yang diberikan (Hoon et al., 2015, p. 2). Peran komunikasi risiko bencana tersebut merupakan bagian dari komunikasi lingkungan dan menjadi dasar dalam manajemen komunikasi bencana. Komunikasi semacam itu dapat mengurangi risiko bencana atau memperkecil tingkat kerentanan dan bahaya terhadap bencana (Asteria, 2016, pp. 2-3).

Manajemen bencana merupakan serangkaian tahapan atau fase penanggulangan bencana (Hadi et al., 2019, p. 31). Menurut UU Nomor 24 Tahun 2007 Pasal 1 Ayat 5, penyelenggaraan penanggulangan bencana adalah upaya yang mencakup penetapan kebijakan pembangunan yang berisiko menimbulkan bencana, kegiatan pencegahan bencana, tanggap darurat, dan rehabilitasi. Dalam pasal yang sama, manajemen bencana secara lebih lanjut dapat dijelaskan menjadi beberapa fase yakni mitigasi (pengurangan risiko bencana melalui pembangunan fisik, penyadaran, atau peningkatan kemampuan menghadapi ancaman bencana), kesiapsiagaan (mengantisipasi bencana lewat pengorganisasian dan langkah yang efektif serta efisien), tanggap darurat (kegiatan segera saat kejadian bencana untuk menangani dampak buruk), rehabilitasi (perbaikan dan pemulihan aspek pelayanan publik sampai tingkat yang memadai pada wilayah pasca bencana), dan rekonstruksi (pembangunan kembali semua prasarana dan sarana pada wilayah pasca bencana).

Dalam penyampaian pesan dan informasi, komunikasi risiko bencana harus memerhatikan seluruh konteks manajemen bencana yang ada. Kesesuaian konteks dalam penyampaian pesan bencana baik sebelum, saat, maupun pascabencana dapat memberikan pemahaman mendalam, kemampuan adaptasi dengan dampak bencana, dan kesiapan masyarakat terhadap bencana (Asteria, 2016, p. 4). Seluruh informasi tersebut dapat tercantum dalam pemberitaan tentang bencana.

Praktik pemberitaan bencana dapat disebut dengan istilah jurnalisme bencana. Menurut Gama (dalam Lestari & Rinasti, 2020, p. 120), jurnalisme bencana adalah bagaimana media memberitakan sebuah bencana dengan berpedoman pada dua dimensi di dalamnya yakni dimensi proses (proses pembentukan dari berita) dan dimensi hasil (berita yang disiarkan oleh media). Penerapan jurnalisme bencana biasanya memperlihatkan sisi dramatisasi, implikasi fakta, ambivalensi fungsi media, dan kekonsistenan dalam pemberitaan bencana yang ideal. Menurut Asteria (2016, p. 3), jurnalisme bencana memiliki beberapa fungsi:

1. Selain menginformasikan dampak dan kronologi bencana, media juga harus mendidik masyarakat terhadap kejadian bencana dan memberitakan fakta bencana untuk menjadi bahan pembelajaran masa depan.
2. Harus mengedepankan nilai humanisme sosial dengan mengungkap data dan fakta akurat sehingga dapat menjadi bahan pendidikan sosial bagi korban maupun nonkorban tentang hikmah bencana.
3. Tidak memberitakan atau menyiarkan sesuatu atau keadaan yang melukai perasaan korban bencana atau membuat korban patah semangat dalam menghadapi realitas.

Sementara itu, Stepankowsky dan Seifert (dalam Asteria, 2016, pp. 3-4) mengemukakan pedoman teknis peliputan yang sebaiknya dilakukan para jurnalis yakni tanggung jawab pertama media setelah terjadi bencana adalah meluruskan informasi dan menjelaskan rumor yang berkembang, mengecek ulang berbagai sumber informasi, reportase dilakukan oleh tim peliput dan tidak satu orang, tidak menulis berita yang membuat audiens takut dengan hal tidak penting, pakar yang mengomentari bencana biasanya menganalisis berdasarkan prediksi dan skenario yang akan terjadi sehingga tidak dapat menjawab semua masalah, mencari akademisi ahli yang berhubungan dengan penanganan pascabencana (psikolog, dokter, dan lain-lain), serta menjadi *watchdog* bagi pihak penyalur bantuan. Jurnalis adalah aktor utama dalam pembentukan jurnalisme bencana karena mempunyai peran besar dalam proses pemberitaan bencana. Kesesuaian pemberitaan dengan prinsip jurnalisme bencana ditentukan dari pemahaman jurnalis dalam mengonstruksi realitas dan bukan sengaja membingkainya untuk kepentingan pribadi (Lestari & Rinasti, 2020, p. 121).

Konsep jurnalisme bencana tentunya berguna dalam penelitian ini karena jurnalis yang diteliti adalah mereka yang memproduksi pemberitaan bencana alam. Para jurnalis sebagai bagian dari media sangat berperan untuk mengurangi risiko dan kesesatan informasi dalam masyarakat, terutama di daerah rawan bencana.

2.2.2.1 Pemberitaan Bencana Alam

Menurut Romli (2018, p. 72), berita merupakan pelaporan peristiwa terbaru. Namun, tidak semua peristiwa layak dilaporkan karena hanya peristiwa yang memenuhi kriteria nilai berita yang dapat diberitakan. Bencana merupakan salah satu dari nilai berita atau *news value* yakni ukuran yang berguna atau yang biasa diterapkan untuk menentukan kelayakan berita (Ishwara, 2015, p. 77). Ada berbagai nilai berita lain yang menentukan kelayakan sebuah berita yakni konflik, kemajuan, dampak, kemasyhuran, segar dan kedekatan, keganjilan, *human interest*, seks, dan nilai lainnya (Ishwara, 2015, p. 77). Sebuah peristiwa yang mengandung minimal salah satu nilai berita tersebut kemudian direkonstruksi melalui rangkaian kata atau kalimat yang mencakup unsur 5W+1H: *what* (apa yang terjadi), *who* (siapa yang terlibat dalam kejadian), *when* (kapan kejadiannya), *where* (lokasi atau tempat peristiwa), *why* (mengapa terjadi, penyebabnya), dan *how* (bagaimana proses kejadian, suasana peristiwa, atau kronologi) (Romli, 2018, p. 73).

Menurut Carole Rich (dalam Ishwara, 2015, pp. 121-122), reportase dan proses penulisan berita pada umumnya terbagi menjadi empat tahap. Pertama adalah menyusun yang berarti mengembangkan gagasan atau inti dari apa yang terjadi untuk sebuah berita. Ketika proses reportase, informasi yang lebih penting dari fokus awal mungkin akan ditemukan sehingga reporter harus fleksibel dalam melakukan penulisan setelah proses pencarian bahan. Kedua adalah mengumpulkan. Reporter akan mewawancarai sumber dan mengumpulkan informasi sebanyak mungkin dari beberapa sudut pandang. Catatan, observasi, dan detail informasi harus ditemukan sebanyak mungkin. Selanjutnya, reporter perlu membangun penulisan yang berasal dari catatan sebelumnya. Kata kunci dapat dicatat untuk dapat menyusun naskah berita. Terakhir, perubahan perlu dilakukan

terhadap cerita yang telah ditulis. Informasi dapat ditambah atau dihapus dalam proses tersebut. Selain itu, ejaan dari semua nama, akurasi, fakta, tata bahasa, gaya, dan salah ketik juga harus diperhatikan dalam tahap revisi ini.

Sementara itu, penyajian berita bencana dalam media massa dapat dikelompokkan menjadi dua kategori: bencana alam dan bencana *anthropogene* atau yang disebabkan oleh manusia (Sukandarrumidi dalam Asteria, 2016, p. 2). Pemberitaan yang dapat diberikan adalah informasi seputar lokasi daerah rawan bencana, pengetahuan, sikap dan keterampilan masyarakat dan pemerintah dalam menghadapi bencana, gejala awal dan mitigasi, pertimbangan potensi bencana, serta sumber bencana (Asteria, 2016, p. 2).

Salah satu media daring yang rutin memberitakan bencana alam adalah *kumparan*. Dalam situsnya, berita bencana alam di suatu daerah dapat ditemukan di laman awal maupun melalui pencarian di kolom Kabar Daerah, sebuah fitur dengan teknologi layanan berbasis lokasi yang memungkinkan pembaca untuk mencari berita berdasarkan wilayah mereka berada saat itu. Berita yang ada tidak hanya berupa informasi saat terjadinya bencana, tetapi juga informasi sebelum dan setelah bencana tersebut terjadi.

Selain jurnalisme bencana, konsep pemberitaan bencana alam tentu memiliki kaitan dengan penelitian ini. Hal tersebut berguna dalam menunjukkan bahwa kriteria pemilihan jurnalis yang diteliti adalah yang bekerja pada media *kumparan* dan berperan dalam produksi pemberitaan bencana alam. Dari situ, peneliti akan meneliti pemahaman jurnalisme spasial tentang lokasi yang dimiliki oleh para jurnalis tersebut dalam rangka memproduksi pemberitaan yang ada.

2.2.3 Lokasi dalam Jurnalisme Spasial

Dalam praktik jurnalisme, lokasi memainkan peran penting untuk melaporkan suatu kejadian hingga menentukan berita apa yang harus diliput.

Menurut Schmitz-Weiss (2015, p. 124), selama ini lokasi telah menjadi bagian dari rutinitas jurnalisisme dan perilaku konsumen terhadap berita. Penggunaan lokasi dalam jurnalisisme biasa dianggap sebagai tempat fisik dimana sebuah berita terjadi (Schmitz-Weiss, 2019, p. 1). Reporter biasanya mencari “dimana” sebagai bagian dari pencarian fakta sebuah peliputan. Namun, “dimana” tersebut dapat diperluas menjadi ruang dan tempat yang memiliki makna dan konteks dalam peristiwa yang telah atau akan terjadi.

Kurangnya perhatian dan fokus terhadap aspek lokasi dalam jurnalisisme dapat membatasi pemahaman tentang bagaimana jurnalisisme didefinisikan, dilakukan oleh para jurnalis dalam keseharian, dan diterima oleh konsumen melalui berita yang mereka terima setiap hari (Schmitz-Weiss, 2015, p. 124). Hal tersebut juga dapat membatasi sehingga kita tidak dapat melihat kelemahan jurnalisisme: bagaimana sebuah lokasi terisolasi, terpisah, dan tersegregasi dalam berita. Untuk itu, jurnalisisme spasial dapat membantu untuk mengeksplor nuansa di lapangan dengan memisahkan lokasi dan membuatnya sebagai fokus utama (Schmitz-Weiss, 2015, p. 124). Jurnalisisme spasial menggabungkan konsep jurnalisisme, teknologi seluler, dan layanan berbasis lokasi menjadi bentuk jurnalisisme yang berkembang sekarang ini (Schmitz-Weiss, 2019, p. 1). Konsep tersebut tidak dapat terlepas dari perkembangan teknologi ponsel pintar yang memiliki GPS (*global positioning system*) sehingga penggunaanya dapat mendapatkan layanan yang sesuai dengan lokasi mereka.

Jurnalisisme spasial sendiri dapat didefinisikan sebagai bentuk informasi yang menggabungkan tempat, ruang, dan/atau lokasi (fisik, *augmented*, dan virtual) ke dalam proses dan praktik jurnalisisme (Schmitz-Weiss, 2015, p. 125). Lokasi dalam konteks ini dapat berupa lokasi yang relatif dan/atau absolut. Jurnalisisme spasial tidak hanya terbatas pada para jurnalis dalam ruang redaksi dan praktiknya, tetapi dapat meluas ke dalam semua aspek jurnalisisme, dari produksi konten ke konsumsi berita (Schmitz-Weiss, 2015, p. 126).

Tabel 2.1 Bidang Kajian Jurnalisme Spasial

Bidang Kajian	Operasionalisasi
Pola dan perilaku konsumsi berita	Meneliti tempat yang orang-orang pilih untuk dibaca, serta mengapa dan bagaimana mereka menemukan informasi tersebut.
Analisis konten berita dengan mendalami kedekatan dan tempat	Meneliti konteks dan pemaknaan masyarakat tentang tempat yang ada dalam berita.
Penggunaan gawai seluler untuk informasi dan berita berbasis lokasi	Meneliti penggunaan konsumen berita terhadap berita berbasis lokasi di ponsel pintar atau tablet. Apakah mereka menggunakannya melalui pencarian atau aplikasi.
Penentuan kebijakan redaksi	Mengetahui bagaimana masyarakat dikenali (bukan berdasarkan kode pos atau lingkungan sekitar) oleh jurnalis dan makna dari tempat yang dianggap memiliki berita.
Rutinitas jurnalistik	Meneliti bagaimana reporter menentukan tempat untuk diliput sebagai bagian dari <i>beat</i> sehari-hari dan bagaimana geografi dimaknai dan dikonseptualisasi dalam pekerjaan sehari-hari mereka.
Pembuatan, produksi, kurasi, dan pengumpulan konten berita	Meneliti mengapa sebuah ruang dan tempat diliput dalam komunitas atau masyarakat dan bagaimana mereka membentuk pemahaman audiens tentang lokasi tersebut.
Cerita dalam berita berdasarkan atribusi, fakta, opini, tipe media, dan data	Meneliti orang, entitas, tempat tertentu yang dikonseptualisasikan dalam berita dan makna yang dibawanya.

Sumber: Schmitz-Weiss (2015)

Jurnalisme spasial memerlukan beberapa komponen ketika diaplikasikan ke suatu fenomena: informasi harus dapat dikomunikasikan antar satu atau beberapa kanal (seperti digital, seluler, dan lain-lain) ke dalam grup atau publik; informasi harus dapat terkoneksi ke dalam makna sosialnya melalui tempat, ruang, dan/atau lokasi (fisik, *augmented*, dan virtual); dan

informasi harus mengandung bentuk jurnalisme (artikel teks, situs web, video, grafis, multimedia, blog, siaran/program, publikasi cetak, majalah tablet, dan lain-lain) (Schmitz-Weiss, 2015, pp. 125-126).

Pendekatan jurnalisme spasial dapat digunakan dalam rangka memahami kedalaman dan luasnya peliputan masyarakat dari dalam dan luar ruang redaksi (Schmitz-Weiss, 2015, p. 126). Dalam hal ini, jurnalisme spasial membantu editor, reporter, desainer, *programmer*, videografer, dan lainnya yang terdapat dalam redaksi untuk memiliki pemahaman lebih baik terhadap pekerjaan yang mereka lakukan. Konsep terkait dapat membuat mereka memahami masyarakat yang mereka liput, tidak hanya dari individu, tempat bersejarah, atau alamat tertentu yang signifikan atau memiliki kedekatan tertentu, tetapi juga lapisan yang melingkupi area peliputan mereka, serta dimana publik bekerja, tinggal, dan bermain sehari-hari. Hal tersebut dapat membawa audiens lebih dekat ke perusahaan berita yang ada karena cerita yang mereka baca dan konsumsi lebih dekat ke dalam dunia yang mereka tahu dan sering mereka kunjungi (Schmitz-Weiss, 2015, p. 126).

Dalam salah satu penelitian terkait media yang memiliki pemberitaan berbasis lokasi dan menggunakan konsep jurnalisme spasial, lokasi dipahami oleh para jurnalis sebagai *meaning maker* atau pembentuk makna, *organizer* atau organisator, dan tantangan komunikatif (Schmitz-Weiss, 2019a, p. 1).

Sebagai pembentuk makna, lokasi menjadi sesuatu yang membentuk masyarakat, memiliki nilai berita di masyarakat, dan membentuk pola konsumsi berita (Schmitz-Weiss, 2019a, p. 8). Lokasi juga berperan sebagai konteks geografi dan penghubung ke masyarakat. Ketika terdapat suatu kejadian, masyarakat akan diinformasikan tentang apa yang sedang terjadi di sekitar mereka. Lokasi dipahami pula sebagai hal yang membuat sebuah masyarakat menjadi bersama (Schmitz-Weiss, 2019a, p. 9). Orang-orang umumnya bergerak menuju atau menjauhi kejadian tertentu seperti banjir, badai, pemilihan presiden, konser, acara olahraga. Di sini, lokasi merupakan *denominator* dari setiap kejadian dalam berita.

Lokasi dapat dianggap sebagai benda mati yang menentukan kebenaran dan akurasi suatu hal, serta dapat membantu proses pembuatan berita agar dapat menjadi akurat dan otentik (Schmitz-Weiss, 2019a, p. 9). Hal tersebut dapat menjadi mekanisme untuk memecah mitos dan stereotip tertentu, misalnya sebuah lingkungan atau area yang dikenal dengan kejadian kejahatannya (Schmitz-Weiss, 2019a, p. 9). Pendekatan ini membantu menunjukkan lokasi yang memiliki pengertian akan konteks dan bukan hanya berperan sebagai tempat kejadian berita (Schmitz-Weiss, 2019a, p. 10). Lebih lanjut, lokasi juga merupakan artefak sejarah yang memperlihatkan kejadian di daerah tertentu sehingga membuat para jurnalis dan media dapat memecah dan menunjukkan ketidaksetaraan di masyarakat (Schmitz-Weiss, 2019a, p. 9). Dalam konteks tersebut, lokasi membentuk makna baru dari tempat dan ruang masyarakat yang mereka liput.

Sebagai organisator, lokasi memainkan peran dalam rutinitas berita di media, yakni bagaimana para jurnalis menempatkan atau menandai lokasi dalam berita dengan sistem manajemen konten (Schmitz-Weiss, 2019a, p. 10). Dalam pekerjaan yang mereka lakukan, para jurnalis kerap mengalami tantangan seperti ketika harus mengidentifikasi area secara umum yang informasinya tidak tersedia, peristiwa tertentu terjadi di beberapa lokasi, atau topiknya sensitif sehingga akan berisiko dan membahayakan pihak tertentu jika mereka menandai lokasi tertentu dalam pemberitaan yang ada. Jadi, menggunakan lokasi sebagai organisator dalam proses produksi berita merupakan bentuk kesadaran akan lokasi, dimana reporter akan lebih sensitif terhadap ruang atau tempat yang ditandai dalam pekerjaan mereka (Schmitz-Weiss, 2019a, p. 13).

Kesadaran akan lokasi ini terbantu dengan adanya teknologi seluler yang menciptakan berbagai pengalaman dengan teknologi digital sekarang ini sehingga dapat membuat berbagai representasi dari ruang dan tempat dalam masyarakat (Schmitz-Weiss, 2019a, pp. 13-14). Selain itu, para jurnalis juga menggunakan lokasi untuk mengatur pekerjaan mereka di masa sekarang maupun masa depan (Schmitz-Weiss, 2019a, p. 14). Dengan begitu, lokasi

tidak hanya berperan sebagai mekanisme ketika peristiwa terjadi, tetapi juga membantu untuk mengarahkan, menyaring, memverifikasi, dan membuat situasi atas pekerjaan para jurnalis.

Terakhir, lokasi dilihat sebagai tantangan komunikatif bagi jurnalis yang harus menggunakan teknologi berbasis lokasi dalam proses produksi pemberitaan (Schmitz-Weiss, 2019a, p. 14). Dalam beberapa kasus, tantangan yang dihadapi adalah ketika para jurnalis perlu membuat reporter, media lain, audiens, atau pihak tertentu mengerti tentang teknologi berbasis lokasi. Selain itu, teknologi lokasi masih sulit diterapkan dalam redaksi media tertentu yang terbiasa dengan cara-cara lama. Hal tersebut karena industri yang ada masih dalam tahap awal untuk mengadopsi teknologi tersebut ke dalam praktik jurnalisme. Namun, Schmitz-Weiss (2019a, p. 15) menyebutkan lebih lanjut bahwa kemampuan untuk menghubungkan lokasi dari bentuk fisik menjadi sebuah ruang dan tempat yang memiliki konteks masyarakat merupakan gagasan unik dari perwujudan lokasi.

Konsep jurnalisme spasial digunakan dalam penelitian ini karena menjadi aspek utama yang ingin diteliti, yakni bagaimana para jurnalis media daring berbasis lokasi memahami konsep tersebut. Jurnalis yang dimaksud adalah yang memproduksi pemberitaan bencana alam. Secara spesifik, pemahaman jurnalisme spasial yang diteliti adalah mengenai unsur lokasi menurut jurnalis yang juga terdapat dalam Schmitz-Weiss (2019a). Seluruh unsur yang ada dalam lokasi menjadi sesuai dengan konteks pemberitaan jurnalisme bencana yang begitu mengedepankan masyarakat sebagai audiensnya sehingga dampak bencana yang terjadi dapat diminimalisasi.

2.2.4 Media Daring Berbasis Lokasi

Jurnalisme terus mengalami perkembangan, terutama dalam kehidupan masyarakat modern ini. Karakteristik khalayak media saat ini yang lebih memilih untuk mengonsumsi informasi di internet secara gratis membuat bisnis lama seperti media cetak menjadi redup. Media daring atau media *online*

akhirnya muncul untuk menggantikan peran media cetak yang dulu sempat mendominasi perhatian khalayak (Wendratama, 2017, p. 2).

Dalam Romli (2018, p. 34), media daring disebut juga media siber, media internet, dan media baru, serta diartikan sebagai media yang tersaji secara daring di situs web internet. Media daring dapat disebut sebagai media generasi ketiga setelah media cetak seperti tabloid, koran, majalah, buku dan media elektronik seperti radio, televisi, dan film/video. Produk jurnalistik *online* atau jurnalisme siber disebut sebagai pelaporan fakta atau peristiwa yang diproduksi dan didistribusikan lewat internet. Seluruh media daring juga dituntut untuk memaksimalkan internet dan teknologi digital lain sebagai bahan pendukung (Wendratama, 2017, pp. 2-3).

Media daring berupa situs berita dapat diklasifikasikan menjadi lima kategori situs: edisi daring dari media cetak surat kabar atau majalah, edisi daring media penyiaran radio, edisi daring media penyiaran televisi, berita daring murni yang tidak terkait dengan media cetak atau elektronik, dan indeks berita yang hanya memuat tautan berita dari situs berita lain (Romli, 2018, p. 36). Sementara itu, karakteristik media daring menurut Romli (2018, p. 37) antara lain identik dengan multimedia, aktualitas, cepat, *update*, kapasitas luas, fleksibilitas, luas, interaktif, terdokumentasi, dan terhubung dengan sumber lain.

Tentunya, media daring dikelola dengan cara berbeda dari media cetak. Manajemen redaksi dan model bisnisnya juga selalu dinamis dan berbeda dari model media cetak. Walaupun demikian, jurnalisme daring dapat digunakan untuk mendukung program penyiaran berita radio dan televisi. Siaran yang ada dapat tercatat dalam bentuk teks sehingga dapat selalu diakses khalayak media (Wendratama, 2017, pp. 2-3). Hal yang serupa dikemukakan oleh Romli (2018, p. 34) yakni bahwa audiens media daring dapat memperoleh informasi tanpa merasa tersiksa karena harus berkonsentrasi, tidak seperti televisi dan radio yang mengharuskan audiens untuk terus memerhatikannya. Audiens media daring bahkan dapat mengomentari berita, mengoreksi, memuji, dan mengecam wartawan, para kolumnis, dan sesama pengakses.

Sajian informasi yang terdapat dalam media daring tidak dibatasi ruang atau halaman seperti surat kabar dan tidak terbatas oleh waktu atau durasi seperti televisi atau radio (Romli, 2018, pp. 33-34). Dari segi isi atau konten, media daring secara umum menyajikan informasi yang sama dengan media cetak yakni berita, artikel opini, *feature*, foto, dan iklan yang dikelompokkan dalam kategori tertentu seperti nasional, ekonomi, politik, olahraga, dan lain-lain. Bedanya, kemas media daring juga dilengkapi dengan audio, video, visual, audio-video, animasi, grafis, tautan, artikel terkait, gim interaktif, serta kolom komentar bagi pembaca (Romli, 2018, pp. 38-39). Dari situ, dapat terlihat bahwa media daring memungkinkan keragaman jenis konten yang lebih luas dibandingkan media jenis lainnya.

Menurut Budiman (2016, p. 138), layanan berbasis lokasi (*location based service*) adalah teknologi yang dapat menemukan lokasi perangkat yang sedang digunakan dan merupakan layanan informasi yang dapat diakses dari perangkat seluler menggunakan jaringan seluler. Layanan yang ada memiliki kemampuan untuk memanfaatkan lokasi dari perangkat yang digunakan. Ada dua unsur pada layanan berbasis lokasi yakni *Location Manager (API Maps)* yang menampilkan dan memanipulasi peta beserta tampilan satelit, jalan, atau keduanya, serta *Location Provider (API Location)* yang terhubung dengan *Global Positioning System (GPS)* dan data lokasi secara *real-time* untuk menentukan lokasi saat ini, gerakan/perpindahan, dan kedekatan dengan lokasi tertentu. Selain itu, layanan berbasis lokasi juga memerlukan beberapa elemen seperti perangkat seluler (telepon seluler, laptop, perangkat lain yang memiliki fasilitas navigasi), jaringan komunikasi, komponen untuk menentukan posisi pengguna, penyedia layanan dan aplikasi, serta penyedia data dan konten (Budiman, 2016, p. 139).

Layanan berbasis lokasi saat ini digunakan dalam berbagai konteks kehidupan seperti karya seni, bermain gim, berjejaring sosial, dan penulisan komposisi (Schmitz-Weiss, 2018a, p. 2). Sementara itu, menurut Schmitz-Weiss (2015, p. 117), layanan berbasis lokasi memiliki kekuatan untuk bertransformasi ke berbagai industri, termasuk industri berita. Layanan

tersebut memungkinkan berita yang ada untuk menempatkan *geolocation* terhadap lingkungan, jalan, atau alamat tertentu. Dengan adanya berita berbasis lokasi yang memanfaatkan teknologi seluler, keinginan masyarakat terhadap konten berita lokal dapat terpenuhi dengan mudah dan nyaman.

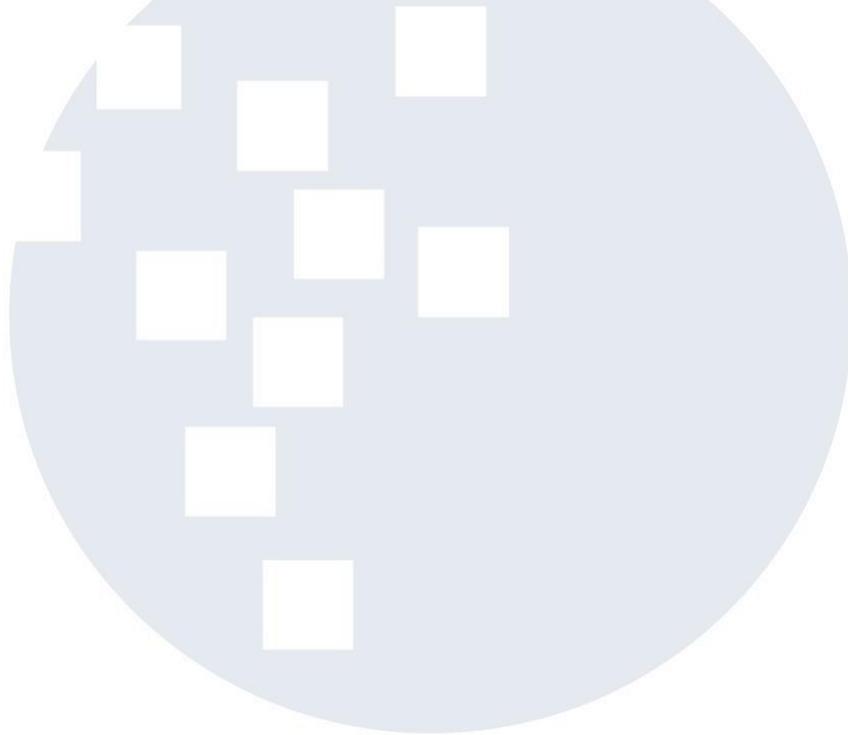
kumparan merupakan salah satu media daring di Indonesia yang memiliki pemberitaan jurnalisme bencana dan memiliki layanan berbasis lokasi dalam pencarian berita di situsnya. Dilihat dari kategorinya, media tersebut termasuk dalam situs berita daring yang bersifat murni dan tidak terkait dengan media cetak atau elektronik lainnya. Dalam penelitian ini, konsep media daring berbasis lokasi digunakan karena ingin meneliti pemahaman jurnalisme spasial oleh jurnalis yang bekerja dan mewakili sebuah media daring. Hal tersebut terkait dengan produksi pemberitaan bencana yang mereka lakukan.

2.3 Alur Penelitian

Indonesia merupakan salah satu negara di dunia yang rawan terhadap bencana alam. Adanya fakta tersebut tidak terlepas dari munculnya banyak kajian dan praktik yang terkait dengan jurnalisme bencana. Dalam beberapa penelitian, konsep jurnalisme bencana juga dianggap efektif untuk diterapkan dalam pemberitaan bencana alam. Upaya yang mencakup segala bentuk penyampaian informasi tentang manajemen bencana tersebut dilakukan oleh para jurnalis untuk mengurangi risiko bencana, terutama di lokasi sekitar kejadian bencana.

Namun, dari banyaknya penelitian di Indonesia yang mengurai konsep jurnalisme dan pemberitaan bencana, penelitian yang juga menekankan unsur ruang atau tempat belum dapat ditemukan sejauh ini. Padahal, konteks geografis atau hal yang berhubungan dengan tempat/ruang merupakan sesuatu yang sangat berkaitan erat dengan praktik jurnalisme bencana agar pemberitaannya tidak hanya membahas informasi seputar bencana yang terjadi, tetapi juga menumbuhkan kesadaran masyarakat atau komunitas di lokasi bencana. Para jurnalis pun dituntut untuk memiliki pemahaman yang baik terhadap konsep yang disebut jurnalisme spasial tersebut dalam rangka mengurangi risiko bencana. Dengan demikian,

penelitian ini dilakukan untuk mengetahui persepsi jurnalis media yakni *kumparan* terhadap konsep jurnalisme spasial yang telah mereka terapkan. Dalam hal ini, jurnalis yang dimaksud adalah yang terlibat dalam produksi pemberitaan bencana alam.



UMMN

UNIVERSITAS
MULTIMEDIA
NUSANTARA