

BAB II

KERANGKA TEORI/KERANGKA KONSEP

2.1 Penelitian Terdahulu

Penelitian terdahulu merupakan kajian peneliti terhadap beberapa jurnal atau karya ilmiah yang memiliki keterkaitan baik dari segi teori, konsep, ataupun topik dengan penelitian yang akan dilakukan. Fungsi dari penelitian terdahulu adalah sebagai acuan peneliti dalam melakukan penelitian. Oleh karena itu, peneliti menggunakan dua penelitian terdahulu yang berkaitan serta dapat memperkaya penelitian karakteristik *live streaming* produksi konten jurnalistik di media sosial yang akan dilakukan. Berikut penelitian terdahulu yang menjadi referensi penelitian.

Penelitian terdahulu pertama, berjudul “How to Improve the Effect of Live streaming? From the Perspective of Content Type” karya Wen-Chin Tsa, Pei-Ching Liao, dan Hao-Fan Chung. Penelitian ini merupakan artikel jurnal yang diterbitkan dalam jurnal *Advances in Management & Applied Economics* (Tsao et al., 2021).

Penelitian ini menggali bagaimana meningkatkan sikap penonton terhadap menonton *live streaming*, dan mempromosikan niat beli dan dari mulut ke mulut yang positif berdasarkan empat faktor keberhasilan *live streaming*. Pertama kegunaan, mengacu pada sejauh mana seseorang percaya bahwa menggunakan sistem tertentu akan meningkatkan kinerja pekerjaannya. Oleh karena itu, *usefulness* atau kegunaan *live streaming* dalam penelitian ini didefinisikan sebagai sejauh mana membantu penonton menguasai dan memahami informasi produk dengan lebih mudah. Kedua *playfulness* dari *live streaming*, diartikan sebagai sejauh mana penonton merasakan berlalunya waktu dan kesenangan batin. Interaktivitas memberikan kontrol subjektif individu, dan memungkinkan komunikasi yang tepat waktu dan sinkron antara orang-orang. Ketiga interaktivitas *live streaming*, dalam penelitian ini didefinisikan sebagai sejauh mana pembawa acara *live streaming* dan penonton dapat melakukan komunikasi dua arah, real time, dan sinkron. Insentif adalah dorongan internal yang memotivasi aktor. Keempat,

insentif *live streaming* dalam penelitian ini didefinisikan sebagai, ketika menonton *live streaming*, sejauh mana penonton akan tertarik dengan alasan keuangan video.

Kemudian, penelitian ini mendefinisikan variabel dependen dari tiga mode penelitian. Sikap mengacu pada kecenderungan individu yang gigih dan konsisten terhadap orang, benda, dan dunia sekitarnya. Dalam studi ini, sikap terhadap menonton mengacu pada persepsi dan kecenderungan evaluasi yang stabil dari penonton terhadap konten audio visual yang relevan dari siaran langsung. Niat beli adalah kecenderungan konsumen untuk membeli merek atau produk tertentu di masa depan. Word-of-mouth positif adalah kemungkinan bahwa pelanggan bersedia menyampaikan informasi positif secara lisan kepada orang lain. Ada total 36 item pengukuran di antara tujuh konstruksi di atas.

Teknik pengumpulan data dalam penelitian ini menggunakan survei kuesioner *online*, dan model persamaan struktural digunakan untuk menguji hipotesis. Oleh karena itu, sifat penelitian adalah kuantitatif. Populasi dari penelitian ini adalah audiens yang pernah menonton *live streaming online*. Tsao et al kemudian menggunakan platform sosial sebagai media sampel untuk memilih sampel dengan teknik non-random sampling, metode convenience.

Studi ini menemukan bahwa keceriaan adalah variabel yang paling signifikan di antara keempat faktor keberhasilan, yang berarti bahwa operator *live streaming* harus melakukan upaya untuk menciptakan konten hedonis atau perilaku bimbingan belanja; misalnya *live streaming* dapat dioperasikan dengan tema-tema hedonis, seperti musik, tari, makanan, pariwisata, kebugaran, dan kosmetik, atau penjual dapat membahas beberapa topik yang tidak terkait langsung dengan produk, seperti cuaca, urusan terkini, menarik hal-hal, dll, dan produk dapat diperkenalkan selama proses mengobrol.

Selain itu, interaktivitas merupakan faktor penting untuk meningkatkan kinerja *live streaming*. Untuk meningkatkan interaktivitas dalam proses *live streaming* pengelola *live streaming* dapat memperkuat komunikasi vertikal dua arah antara host dan audiens dengan cara membalas pesan sehingga tercipta rasa partisipasi audiens. Interaksi ini juga disarankan dilakukan secara *real time*, artinya

host langsung menjawab ketika audiens mengajukan pertanyaan, begitupula sebaliknya.

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa pengaruh sikap menonton terhadap niat beli dan niat positif penyebaran berita dari mulut ke mulut memiliki pengaruh yang sama pada kedua jenis konten *live streaming* tersebut. Oleh karena itu, disarankan agar produksi *live streaming* memperhatikan kualitas konten video misalnya, untuk memperkuat keragaman tema dan kedalaman panduan belanja, dan meningkatkan efek faktor yang berguna, tetapi tidak signifikan, dalam model dengan meningkatkan kualitas konten langsung.

Tsao et al di akhir penelitian menyarankan sejumlah hal untuk penelitian selanjutnya. Pertama, penelitian eksploratif dengan sifat kualitatif dapat dilakukan untuk memperjelas dimensi faktor keberhasilan manfaat *live streaming*. Kedua, Tsao et al menyarankan agar peneliti lanjutan dapat melakukan analisis dan verifikasi mendalam terhadap variabel jenis karakteristik *live streaming*. Ketiga, diharapkan penelitian lanjutan dapat memperluas lingkup penelitian sehingga dapat membandingkan karakteristik *live streaming* dari platform yang berbeda.

Penelitian terdahulu pertama ini memang tidak meneliti dibidang jurnalistik, karena *live streaming* yang dimaksud adalah untuk kebutuhan marketing bisnis dengan tujuan mencari tahu cara meningkatkan sikap penonton terhadap *live streaming*. Namun, penelitian ini secara garis besar memberi inspirasi kepada peneliti untuk meneliti hal serupa dibidang jurnalistik. Khususnya pada bagian akhir, penelitian terdahulu menyarankan penelitian lanjutan melihat juga secara mendalam terkait karakteristik *live streaming* agar selanjutnya bisa mengetahui lebih baik kinerja dari *live streaming*.

Penelitian terdahulu kedua, menggunakan artikel yang berjudul “*Social Media Live streaming in The Digital News Media*” karya Alexis Apablaza-Campos. Diterbitkan dalam jurnal *Comunicació: Revista de Recerca i d’Anàlisi* [Societat Catalana de Comunicació]. Penelitian ini melakukan analisis komparatif terhadap sejumlah media untuk mengeksplorasi cara Periscope dan Facebook Live dapat memanfaatkan teknologi SMLS, dan untuk memahami peran mereka sebagai agen terdepan dalam inovasi jurnalisme digital (Apablaza & Campos, 2018).

Pembahasan dari penelitian yang dilakukan Alexis membahas tiga hal. Pertama adalah *Social Media Live streaming* (SMLS) dinilai sebagai opsi atau pilihan bagi jurnalisme. Sebab, jika di analisis penggunaan SMLS dalam praktik jurnalistik saat ini tampak sebagai bagian dari strategi media digital yang terencana dengan baik, dan bukan sebagai keputusan pribadi yang diambil oleh editor. Oleh karena itu ada peluang baru bagi SMLS untuk menjadi pilihan jurnalisme dalam memproduksi konten.

Pembahasan kedua adalah tentang format baru video. Alexis memaparkan dua contoh yaitu Facebook Live dan Periscope yang kala itu sudah memungkinkan produksi video 360° yang imersif dan konten realitas campuran, realitas virtual dan realitas tertambah, serta membawa pengalaman streaming langsung ke dimensi berbeda yang saat ini diizinkan oleh video digital. Ketiga, penelitian terdahulu karya Alexis membahas kemungkinan SMLS menjadi SMLTV. Pada pembahasan ketiga ini dikaitkan dengan pemahaman sejumlah jurnalis yang percaya bahwa SMLS dapat menggantikan televisi konvensional di masa depan. Sementara adapula yang berpendapat bahwa itu adalah konsep yang berbeda karena streaming langsung memungkinkan penonton untuk mengarahkan siaran melalui komentar yang diposting di bawah video. Penelitian ini belum mampu memberikan kepastian akan hal tersebut. Namun, dijelaskan oleh Alexis bahwa tidak dapat dipungkiri jejaring sosial mulai berkembang ke arah ini yang berarti ada peluang media menggunakan saluran streaming langsung media sosial mereka untuk mereplikasi sinyal televisi mereka.

Akhir dari penelitian ini menyimpulkan kemunculan *social media live streaming* (SMLS) harus dipahami dalam konteks lingkungan digital yang lebih luas, yang ditandai dengan peningkatan internet, kecepatan koneksi, dan peningkatan konsumsi video *online*. Kombinasi perangkat lunak penyiaran video langsung dengan karakteristik platform sosial media telah memfasilitasi pertumbuhan eksponensial SMLS hanya dalam dua tahun. Digambarkan pada mulanya penggunaan SMLS bermula dari jurnalis yang secara spontan melaporkan berita menggunakan ponsel mereka saat berada di lokasi. Namun hal itu ternyata terbukti secara cepat membawa mereka berkomunikasi dengan audiens dimanapun,

terlepas dari status pekerjaan mereka yang terikat dengan media tertentu ataupun tidak.

Selanjutnya, penelitian ini melihat dalam hitungan bulan, pemberitaan SMLS telah menjadi bagian tak terpisahkan dari rutinitas jurnalistik. Perusahaan media besar telah mengidentifikasi kebutuhan untuk menunjuk editor *live streaming* media yang bertanggung jawab atas tim dengan keterampilan untuk membuat siaran video langsung ketika media membutuhkannya. Organisasi bergengsi yang dipilih dalam penelitian ini sebagai sumber penelitian, serta salah seorang CEO perusahaan digital mengakui bahwa video *online* serta SMLS adalah masa depan jurnalisisme dan sangat menjanjikan serta berpotensi terus berkembang.

Penelitian Alexis secara garis besar mengkaji publikasi di media *online* yang ada dan inisiatif sebelumnya yang terkait dengan SMLS. Penelitian ini juga fokus pada dua medium yaitu Periscope dan Facebook Live karena dinilai dapat memanfaatkan teknologi SMLS. Bila dikaitkan dengan penelitian yang akan dilakukan, penelitian yang berjudul “*Social Media Live streaming in The Digital News Media*” memberi gambaran bagi peneliti untuk melakukan penelitian terhadap karakteristik *live streaming* produksi konten jurnalistik di media sosial secara lebih rinci dan mendalam. Sebab, dalam jurnal tersebut sudah membahas sedikit permukaan dari karakter, durasi, serta format SMLS. Pembahasan dalam penelitian terdahulu kedua yaitu durasi dan format juga akan peneliti adopsi sebagai indikator penelitian.

UMN

UNIVERSITAS
MULTIMEDIA
NUSANTARA

Tabel 2.1 Penelitian Terdahulu

Judul	Hasil Penelitian	Relevansi
<p><i>How to Improve the Effect of Live streaming? From the Perspective of Content Type</i></p>	<p>Ada empat faktor yang digunakan yaitu <i>usefulness</i>, <i>playfulness</i>, interaktivitas, dan insentif. Namun, hanya ada <i>playfulness</i> dan interaktivitas yang dapat secara positif dan signifikan memengaruhi sikap terhadap menonton streaming langsung. Kemudian, disimpulkan bahwa sikap terhadap menonton berpengaruh positif dan signifikan terhadap niat perilaku tindak lanjut. Hasil analisis juga menunjukkan bahwa pengaruh positif sikap menonton terhadap niat perilaku tindak lanjut tidak berbeda nyata menurut jenis konten <i>live streaming</i> yang berbeda.</p>	<p>Saran penelitian menginspirasi peneliti untuk melakukan penelitian terkait karakteristik <i>live streaming</i> di media sosial, tetapi khusus di bidang jurnalistik.</p>
<p><i>Social Media Live streaming in The Digital News Media</i></p>	<p>Analisis komparatif antara perusahaan media yang menyiarkan kontennya di Facebook Live dan perusahaan lain yang melakukannya melalui Periscope menunjukkan bahwa, dalam kedua kasus, nada yang lebih informal dan improvisasi digunakan daripada yang digunakan dalam siaran yang lebih konvensional.</p>	<p>SMLS terbukti terus berkembang dalam dunia jurnalisme. Oleh karena itu, penelitian ini berguna sebagai acuan peneliti dalam melihat aspek yang dapat dikaji lebih dalam seperti karakteristik format dan durasi.</p>

2.2 Konsep

2.2.1 Jurnalistik Daring

Jurnalistik daring merupakan bentuk baru dari jurnalistik tradisional atau yang biasa disebut jurnalistik konvensional. Sebagai generasi baru, jurnalistik daring sering kali terkait dengan banyak istilah seperti jurnalisme *online*, internet, dan website. Romli (2018) mendefinisikan jurnalistik daring sebagai proses penyampaian informasi melalui media internet, utamanya website (p. 15).

Sebagai produk dari media baru, jurnalistik daring memiliki lima prinsip yang dikenal dengan sebagai B-A-S-I-C yaitu *Brevity*, *Adaptability*, *Scannability*, *Interactivity*, *Community*, dan *Conversation* (Paul dalam Romli, 2018, p. 17). Berikut jabaran terkait lima prinsip jurnalistik daring.

- 1) *Brevity* atau keringkas. Tuntutan dari berita yang diproduksi jurnalistik *online* adalah bersifat ringkas, agar dapat menyesuaikan dengan kehidupan manusia dan tingkat kesibukannya yang makin tinggi. Romli juga mengaitkan prinsip pertama dengan kaidah bahasa jurnalistik KISS, yaitu *Keep It Short and Simple*. Namun, pada konten *live streaming* belum diketahui bagaimana penerapan prinsip keringkas dalam konten video siaran langsung jurnalistik daring di media sosial.
- 2) *Adaptability* atau kemampuan beradaptasi. Prinsip ini lebih ditujukan kepada kemampuan jurnalis yang bekerja di media daring. Peralihan dari jurnalistik konvensional ke jurnalistik daring nyatanya memberi tuntutan kepada para jurnalis agar mampu menyesuaikan diri dengan kebutuhan publik serta sumber daya teknologi yang semakin kaya. Oleh karena itu, jurnalis saat ini sangat perlu memiliki kemampuan beradaptasi yang baik agar dapat menyajikan berita multimedia seperti teks, suara (audio), video, grafik, dan lainnya kepada khalayak.
- 3) *Scannability* atau dapat dipindai. Prinsip ini berorientasi pada kenyamanan khalayak dalam mengonsumsi konten jurnalistik. Oleh karena itu, situs-situs jurnalistik *online* hendaknya memiliki sifat dapat dipindai.

- 4) *Interactivity* atau interaktivitas. Komunikasi antar jurnalis dan khalayak dalam jurnalisme *online* sangat dimungkinkan. Prinsip keempat ini merupakan suatu kelebihan dari jurnalistik *online* karena banyak penelitian membuktikan, semakin khalayak dilibatkan dalam konten atau dapat terlibat dalam produksi konten, maka mereka akan semakin merasa dihargai dan senang membaca atau mengonsumsi berita yang ada. *Live streaming* media sosial yang kini banyak dimanfaatkan jurnalistik daring merupakan salah satu fitur yang memiliki ruang interaktivitas sangat tinggi seperti melalui kolom komen, memberi reaksi emoji, q&a, dan lainnya.
- 5) *Community and conversation* atau komunitas dan percakapan. Berkat berbagai keunggulan di dalamnya, jurnalistik daring dapat menjangkau komunitas lebih besar daripada media cetak atau media konvensional lainnya.

Berdasarkan uraian terkait konsep jurnalistik daring di atas, *Tribunnews.com*, *Liputan6.com*, dan *Suara.com* sebagai *case* penelitian terlihat memenuhi kriteria dari jurnalistik daring. Sebab ketiga media ini lahir di era internet dan memenuhi lima prinsip yang ada yaitu B-A-S-I-C.

2.2.2 Media Sosial

Perkembangan teknologi saat ini juga membawa jurnalisme turut memanfaatkan media sosial sebagai platform media *online*. Berdasarkan sejumlah artikel dan penelitian terdahulu, Sujoko dan Larasati (2018) mengklasifikasikan media sosial kedalam tujuh jenis. Pertama, situs jejaring sosial seperti, LinkedIn, Friendster, Google Plus, dan Facebook. Kedua, blog, seperti Tumblr, Wordpress, dan Blogspot. Ketiga, *social bookmarking*; *StumbleUpon.com*, *Digg.com*, dan *Redit.com*. Keempat, media berbagi (media sharing); Instagram, Path, YouTube, Pinterest. Kelima, mikroblog (microblogging) seperti Twitter. Keenam, Wikipedia. Dan yang terakhir ketujuh, adalah aplikasi pesan seperti, Linw, BBM, Whatsapp (p. 231). Dalam penelitian ini, peneliti akan menggali karakteristik *live streaming* produksi

konten jurnalistik di tiga media sosial yaitu Facebook, Instagram, dan Youtube.

Selain pengertian dan jenis, karakteristik juga penting untuk diketahui guna menyamakan persepsi terkait media sosial. Menurut Mayfield Mayfield (dalam Soefijanto & Fs, 2013, p. 4), terdapat beberapa karakteristik media sosial.

- 1) Partisipasi, yang berarti sosial media mendorong kontribusi dan umpan balik dari setiap orang yang tertarik bergabung di dalamnya. Sehingga, sosial media akhirnya mengaburkan batas antara media dan khalayaknya.
 - 2) Keterbukaan, artinya sebagian besar sosial media terbuka akan umpan balik dan partisipasi. Sosial media mendorong dilakukannya voting, diberikannya komentar, dan penyebaran informasi. Jarang terdapat hambatan dalam mengakses dan memanfaatkan konten-konten di sosial media.
 - 3) Percakapan, merupakan karakteristik khas dari media sosial yang lebih menekankan kepada percakapan dua arah.
 - 4) Komunitas, adalah salah satu karakteristik media sosial karena memungkinkan terbentuknya komunitas-komunitas dimana mereka dapat saling berkomunikasi secara efektif. Komunitas, pada dasarnya, berbagi minat atas hal yang sama, misalnya fotografi, isu politik, dan program televisi favorit.
 - 5) Keterhubungan, yakni kelebihan yang ditawarkan kepada para pengguna media sosial. Mereka dengan mudah biasa memanfaatkan link ke situs satu dan situs lainnya, sumber daya, dan orang-orang lain.
- Media sosial merupakan payung besar dari penelitian yang akan dilakukan. Oleh karena itu, konsep media sosial dalam penelitian ini penting untuk dirumuskan guna menyamakan persepsi terkait pengertian media sosial, aplikasi yang tergolong sebagai media sosial, serta memahami karakter

dari media sosial. Sehingga, pemahaman antar peneliti dan pembaca dapat sejalan.

2.2.3 Live streaming

Siaran langsung atau *live streaming* dapat digambarkan sebagai 'kemampuan untuk menyiarkan video ke audiens jarak jauh yang dapat ditangkap dalam waktu sekejap' (Juhlin et al dalam Rein & Venturini, 2018, p.3). Kombinasi antara siaran video di waktu nyata atau *real time* dan fasilitas obrolan mendorong tingkat keterlibatan yang tinggi antar penyiar dan audiens. Hal tersebut merupakan karakteristik utama dari siaran langsung di media sosial (Rein & Venturini, 2018, p. 3).

Andy Fachruddin (2017) dalam bukunya memaparkan bahwa *streaming* berasal dari bahasa Inggris dengan kata asli *stream* yang berarti sungai. Oleh karena itu, dirinya mengibaratkan proses *live streaming* layaknya aliran air di sungai yang tidak pernah terputus, kecuali mata airnya mengering. Aliran data *streaming* dilakukan tanpa penghalang dan dilakukan secara berkelanjutan atau kontinyu hingga datanya habis. Data dalam artian, isi konten dari *live streaming* yang diproduksi telah selesai dikirim dan ditampilkan dalam gawai pribadi penonton atau audiens (Fachruddin, 2017, p. 200). Bentuk *live streaming* atau siaran langsung sudah dikenal sejak kehadiran media broadcast yakni radio dan televisi. Di masa awal kemunculan siaran langsung, jurnalistik konvensional baik radio ataupun televisi membutuhkan persiapan matang terkait persiapan produksi konten *live streaming*. Namun, saat ini produksi konten jurnalistik menggunakan fitur *live streaming* sudah sangat mudah untuk dilakukan oleh para reporter dan kru lapangan berkat bantuan teknologi komunikasi.

Konsep *live streaming* dalam penelitian ini adalah untuk menyatukan pemahaman antara peneliti dan pembaca terkait hal yang akan dikaji dalam penelitian ini, yaitu karakteristik *live streaming*. Namun, dikarenakan penelitian ini dalam ranah jurnalistik, maka lingkup penelitian akan spesifik

pada karakteristik *live streaming* yang memproduksi konten jurnalistik di media sosial.

2.2.4 Program Informasi Televisi

Format merupakan kunci utama untuk merencanakan unsur kreatif lainnya suatu acara televisi (Fachruddin, 2019, p. 45). Salah satu pertanyaan penelitian yang ingin dikaji dalam penelitian ini adalah format *live streaming*. Oleh karena itu, uraian konsep program informasi televisi akan digunakan sebagai acuan peneliti dalam menjawab pertanyaan penelitian terkait format *live streaming* produksi konten jurnalistik di tiga media sosial yaitu Facebook, Instagram, dan Youtube. Alasan penulis memilih program informasi televisi sebagai acuan dikarenakan adanya kesamaan antara siaran langsung Televisi dan siaran langsung atau *live streaming* media sosial yaitu berbasis audio visual.

Penyiaran memiliki berbagai macam program. Namun, berbagai jenis program ini kerap dikelompokkan menjadi dua kategori, yaitu program informasi dan program hiburan. Berdasarkan dua kategori tersebut, peneliti hanya mengambil kategori pertama yaitu konsep program informasi karena fokus penelitian adalah untuk *live streaming* yang memproduksi konten jurnalistik. Morissan (2018, p. 218) memaparkan, program informasi sendiri terbagi menjadi dua jenis. Pertama, berita keras atau *hard news* sebagai jenis berita yang mengutamakan nilai aktualitas atau harus segera diberitakan. Kedua, berita lunak atau *soft news* yaitu kombinasi antara fakta, gosip, dan opini. Program informasi pada dasarnya merupakan program yang berisikan informasi-informasi dan bertujuan menambah pengetahuan khalayak baik itu dalam bentuk berita keras maupun berita lunak seperti *talkshow* dengan orang terkenal (Morissan, 2018, pp. 218-219). Berikut uraian lebih lanjut terkait program informasi.

1) Berita Keras (*Hard news*)

Berita keras merupakan segala informasi yang penting dan menarik sehingga harus segera dilaporkan supaya dapat dengan cepat diketahui khalayak (Morissan, 2018, p. 219). Ada beberapa ciri yang membedakan program informasi berita keras. Pertama, biasanya tayang beberapa kali dalam sehari. Kedua, memiliki jadwal pasti atau ditayangkan secara reguler. Ketiga, program terdiri dari beberapa kumpulan berita. Keempat, berdurasi mulai dari 5 menit (untuk *breaking news*), 30 menit, ataupun 1 jam (Morissan, 2018, p. 219). Program yang digolongkan ke dalam berita keras ada tiga, yaitu *straight news*, *feature*, dan *infotainment*.

a) *Straight news*

Ciri program *straight news*, yaitu berisikan berita singkat yang hanya menampilkan informasi terpenting dengan mencangkum 5W+1H. Selain itu, juga berisikan berita yang harus segera disiarkan karena memiliki keterikatan waktu yang tinggi (Morissan, 2018).

b) *Feature*

Ciri program *feature*, yaitu menampilkan berita-berita ringan tetapi tetapi menarik dan informatif. Contohnya adalah berita terkait tempat makan enak, tempat liburan atau wisata menarik. *Feature* termasuk ke dalam program berita keras karena durasi yang singkat yaitu kurang lebih 5 menit, sehingga kerap dimasukkan dalam program berita (Morissan, 2018, p. 220). Namun, apabila seorang produser program *feature* memiliki materi dan mampu membuat ide cerita, maka *feature* dapat berdiri sendiri sebagai program tersendiri dengan durasi sekitar 30 menit (Fachruddin, 2019, p. 47).

c) *Infotainment*

Ciri program *infotainment* adalah berita yang mengangkat sosok terkenal di masyarakat seperti aktris dan aktor atau siapapun yang bekerja di industri hiburan. *Infotainment* tetap masuk ke dalam program berita keras karena juga memiliki keterikatan waktu yang tinggi (Morissan, 2018, p. 221).

2) Berita Lunak (*Soft news*)

Program berita lunak merupakan program berita yang menyajikan informasi menarik dan dikemas secara mendalam. Bedanya dengan berita keras adalah pada keterikatan waktu. Berita lunak tidak harus dilaporkan segera (Morissan, 2018, p. 221). Program yang digolongkan ke dalam berita lunak ada empat, yaitu *current affair*, *magazine*, *dokumenter*, dan talkshow.

a) *Current Affair*

Secara harfiah, *current affair* berarti persoalan kekinian. Sama seperti berita keras, *current affair* berisikan berita penting dan memiliki keterikatan waktu yang cukup tinggi. Namun, *current affair* lebih menekankan pada kedalaman informasi sehingga waktu penayangannya tidak seketat berita keras. Selagi suatu isu masih hangat diperbincangkan khalayak, artinya masih dapat disebut sebagai *current affair* (Morissan, 2018, p. 221). Selain itu, durasi dari *current affair* juga lebih fleksibel karena dapat disesuaikan dengan kebutuhan (Fachruddin, 2019, p. 47).

b) *Magazine*

Ciri program *magazine* adalah program yang menampilkan informasi-informasi yang tidak begitu menekankan aspek penting, melainkan menarik dan ringan. Meski demikian, program *magazine* fokus pada kedalaman. Topik yang diangkat bisa satu ataupun lebih dari satu. Secara kasat mata, program *magazine* tidak jauh berbeda dengan *feature*. Kedua program ini dibedakan karena program *magazine* cenderung berdurasi lebih lama yaitu 30 menit sampai dengan 1 jam (Morissan, 2018, pp. 221-222). Format *magazine* disajikan dalam reportase aktual atau timeless dan dibuat dalam satu paket slot program televisi (Fachruddin, 2019, p. 48).

c) *Dokumenter*

Dokumenter merupakan program informasi yang memiliki tujuan edukatif. Program ini biasanya menceritakan sejarah suatu tempat, kehidupan tokoh, sejarah masyarakat pedalaman, dsb. Dikemas

menggunakan teknik penceritaan, pengambilan gambar, hingga proses editing yang beragam, mulai dari yang sederhana hingga sulit (Morissan, 2018, p. 222).

d) *Talkshow*

Program *talkshow* merupakan siaran yang dipandu oleh seorang pembawa acara atau *host*. Ciri lain dari program ini adalah mengundang satu atau lebih narasumber atau pembicara untuk membahas suatu topik. Pembicara yang diundang dalam program *talkshow* biasanya merupakan orang yang ahli di bidangnya (Morissan, 2018, p. 222).

2.2.5 Tipe Berita Broadcast

Berita umumnya dipisahkan ke dalam beberapa tipe berdasarkan isu yang diangkat. Stewart & Alexander (2022) menjelaskan ada tiga belas tipe berita. Kategorisasi tipe berita akan peneliti gunakan sebagai acuan untuk menjawab pertanyaan penelitian terkait tipe *live streaming* produksi konten jurnalistik di media sosial. Berikut 14 tipe berita broadcast (Stewart & Alexander, 2022, pp. 41-48).

- 1) Darurat. Tipe berita layanan darurat menangani titik tertinggi drama manusia. Isu yang termasuk ke dalam berita darurat adalah kebakaran, penyelamatan laut atau gunung, dan juga kecelakaan. Namun, khusus berita kecelakaan biasanya terbatas pada kematian, cedera serius atau peristiwa yang tidak biasa. Sementara sisanya yang berkenaan dengan kecelakaan tergolong dalam berita lalu lintas. Biasanya berita darurat masuk ke dalam kategori format berita *Breaking News* (Stewart & Alexander, 2022, p. 41).
- 2) Kejahatan. Tipe berita kejahatan adalah berita yang penting karena menimbulkan kecemasan dan ketakutan atas kejahatan yang terjadi di masyarakat. Pemberitaan kejahatan oleh media biasanya disesuaikan dengan besar wilayah yang juga diikuti dengan banyaknya kejahatan yang akan terjadi. Oleh karena itu, media biasa hanya melaporkan pelanggaran yang lebih serius ataupun kejahatan yang tidak biasa karena dinilai menarik. Kisah kriminal memiliki banyak tipe, mulai dari

kejadian sebenarnya, hingga penggerebekan polisi, penangkapan, dan akhirnya muncul di pengadilan (Stewart & Alexander, 2022, p. 41).

- 3) Pemerintahan dan politik. Setiap tindakan pemerintah baik lokal atau nasional tentunya memiliki pengaruh pada khalayak. Oleh karena itu, isu pemerintahan dan politik termasuk ke dalam berita karena apa pun yang mempengaruhi khalayak adalah berita. Aspek unik dari liputan pemerintah adalah konflik atau tantangan. Penyiar perlu mempertanyakan informasi yang mereka terima dari pemerintah, tetapi dengan cara yang tegas dan menguji. Salah satu cara jurnalisme penyiaran melakukan ini adalah dengan wawancara, di mana politisi dapat didengar, atau didengar dan dilihat. Menantang klaim, pernyataan, atau asumsi politik dengan sopan namun tegas dapat membantu memberi informasi kepada audiens (Stewart & Alexander, 2022, pp. 41-42).
- 4) Perencanaan dan Pengembangan. Perkembangan yang layak diberitakan akan mencakup skema pembangunan jalan atau rumah utama dan proyek-proyek besar lainnya. Namun konsep perkembangan sebagai berita berkembang di luar pekerjaan umum berarti segala bentuk perubahan besar yang sedang atau akan terjadi yang akan mempengaruhi khalayak tertentu (Stewart & Alexander, 2022, p. 43).
- 5) Konflik dan Kontroversi. Konflik adalah inti dari drama, dan segala sesuatu yang benar dan dramatis menjadi berita. Ini bisa berupa bentrokan fisik di jalan-jalan atau hanya konflik kepentingan, pertengkaran di balai kota dewan lokal atau di pemerintahan nasional, ataupun konflik di dalam partai politik. Jurnalisme siaran profesional dapat meliput konflik atau kontroversi apa yang sedang terjadi guna merangsang perdebatan, membiarkan audiens mendengar berbagai pendapat dan membawa isu-isu penting menjadi fokus yang lebih tajam (Stewart & Alexander, 2022, p. 43).
- 6) Industri dan Bisnis. Di organisasi berita besar akan ada Editor Bisnis atau Editor Ekonomi atau keduanya dan keahlian mereka mendorong

pentingnya arti perkembangan bisnis bagi audiens. Naik turunnya ekonomi nasional, nilai tukar mata uang dan biaya bahan bakar merupakan isu layak diberitakan. Tipe berita industri dan bisnis juga bisa mencakup tentang pekerjaan, pensiun, tabungan, kemakmuran dan kesejahteraan sehingga perkembangan industri (Stewart & Alexander, 2022, p. 44).

- 7) Kesehatan. Obat-obatan. Sains. Tipe berita ini bisa meliputi penjabaran obat-obatan, temuan obat-obatan baru dan biaya obat-obatan, jenis transplantasi baru, vaksin baru, studi diet atau jenis baru operasi penyelamatan jiwa. Ketika melakukan wawancara untuk berita kesehatan, media broadcast perlu untuk mencari ilmuwan ataupun dokter yang dapat menjelaskan sains secara kompleks namun dalam gaya penyiaran yang akurat dan jelas bagi penonton (Stewart & Alexander, 2022, p. 44).
- 8) *Soft Human Interest*. Berita *human interest* bisa diartikan sebagai laporan terkait hal luar biasa yang pernah terjadi pada orang biasa maupun orang terkenal. Kemudian *soft news* adalah bahan ringan yang sering digosipkan orang, seperti siapa yang memenangkan lotre atau menemukan Rembrandt yang sudah lama hilang di gudang kebun. Sehingga berita yang tergolong *soft human interest* umumnya adalah hal yang tidak biasa, ironis atau aneh yang terjadi pada manusia dan memiliki daya tarik empati didalamnya (Stewart & Alexander, 2022, p. 45).
- 9) Olahraga. Tipe berita yang melaporkan peristiwa atau hal seputar olahraga dan juga kegiatannya. Kebanyakan reporter olahraga memiliki pengalaman dan pelatihan jurnalisme siaran yang luas dan kemudian mereka mulai mengkhususkan diri dalam olahraga (Stewart & Alexander, 2022, p. 46)
- 10) Cuaca Musiman atau Tidak Musiman. Banyak orang mendengarkan TV/radio dan membuka situs web mereka hanya untuk mencari tahu tentang cuaca setempat atau untuk merencanakan perjalanan. Berita

televisi dalam menampilkan berita cuaca kerap mengirim peramal cuacanya ke lokasi untuk menyampaikan berita dengan grafik animasi (Stewart & Alexander, 2022, p. 47).

- 11) Isu Lokal. Radio dan TV lokal terkadang menginginkan berita yang menarik bagi masyarakat setempat agar mendapatkan jangkauan yang lebih luas yang hanya melakukan berita tentang isu atau masyarakat lokal (Stewart & Alexander, 2022, p. 47).
- 12) Hewan. Kepekaan jurnalis *broadcast* terhadap penderitaan manusia juga dapat berlaku untuk hewan. Hal tersebut dapat ditampilkan dalam konteks laporan. Namun, jurnalis *broadcast* harus menjelaskan alasan mengapa penderitaan hewan disiarkan (Stewart & Alexander, 2022, p. 48).
- 13) Periode Budaya dan Agama. Wartawan siaran harus selalu mencatat tanggal keagamaan. Jurnalis yang menyiarkan berita budaya dan keagamaan harus berhati-hati. Ada sejumlah aspek yang perlu dihindari seperti menyebut hari keagamaan sebagai 'hari libur umum' karena itu bisa menyinggung. Jangan juga sekali-kali memfilmmkan atau merekam di tempat ibadah tanpa izin karena banyak agama besar yang memiliki kontak media (Stewart & Alexander, 2022, p. 48).
- 14) Hiburan dan Selebriti. Berita hiburan dan selebriti pada saluran dan stasiun berita biasanya merupakan ranah seseorang koresponden budaya, reporter hiburan, atau reporter seni. Industri jurnalistik membedakan reporter seni dan kritikus seni. Reporter yang berspesialisasi dalam seni mungkin mewawancarai seorang kritikus tentang karya seni atau arsitektur publik yang baru, tanpa reporter itu sendiri yang menjadi 'kritikus' (Stewart & Alexander, 2022, p. 48).

Selain 14 tipe berita *broadcast* di atas, adapula tipe berita lingkungan hidup. Layaknya tipe berita lainnya, berita lingkungan hidup memiliki realitas sendiri yaitu berkenann dengan lingkungan hidup seperti polusi udara dan surara, penggundulan hitan, pencemaran melalui sampah, pencemaran

industri, kerusakan lingkungan akibat pestisida ataupun pupuk yang berlebihan, dan lain sebagainya (Abrar, 1993, p. 7).

Sartika, Muharman & Azman (dalam Himawan, 2021, p. 32) juga memaparkan bahwa berita bencana tidak kalah penting untuk diklasifikasikan secara khusus karena memiliki nilai berita yang tinggi. Tipe berita bencana biasanya membahas terkait jumlah korban suatu bencana, mitigasi, tanggapan ahli, maupun upaya perbaikan yang akan dilakukan. Berita bencana juga dapat dibedakan menjadi bencana alam dan non-alam.

Kemudian, peneliti juga menambahkan tipe berita pendidikan sebagai indikator tipe *live streaming*. Tipe berita pendidikan biasanya berisikan diskusi tentang kegiatan pendidikan dari berbagai tingkat mulai dari sekolah dasar hingga universitas, masalah pendidikan, dan siswa berprestasi (Djuraid dalam Himawan, 2021, p. 31).

Peneliti juga menambahkan tipe berita pariwisata sebagai indikator analisis tipe *live streaming*. Pariwisata dapat dilihat oleh orang-orang dari sudut pandang yang berbeda. Realitas yang diangkat dari tipe berita pariwisata adalah berkenaan dengan hal hal terkait industri pariwisata. Bila dilihat dari sudut pandang ahli topologi, masalah utama industri perjalanan dan pariwisata adalah untuk melihat fitur-fitur seperti pengaturan topografi suatu tempat, cuaca, tanah, atmosfer, pembuatan kebijakan jasmani dan variasinya yang muncul sebagai hasil dari penawaran jasa dan fasilitas pariwisata (Arjona, 2020, p. 24). Oleh karena itu, bisa digambarkan bahwa realitas yang diangkat dari tipe berita pariwisata adalah segala hal termasuk masalah yang berkenaan industri pariwisata.

2.2.6 Durasi

Durasi didefinisikan sebagai panjang waktu berjalannya sebuah video (Hartoko dalam Elsa Viona Himawan, 2021, p. 35). Konsep durasi dalam penelitian ini digunakan sebagai acuan peneliti mengukur rentang waktu ideal bagi media daring ketika melakukan produksi *live streaming* konten

jurnalistik di media sosial. Namun, untuk kategorisasi peneliti rumuskan sendiri berdasarkan observasi.

Perhitungan dampak suatu program siaran tidak hanya berdasarkan pada popularitas, melainkan juga durasi sebagai salah satu faktor penentu (Zhang & Liu, 2015, p. 58). Pada umumnya, layanan konten profesional seperti siaran TV memiliki durasi yang pasti. Namun, penelitian terdahulu menyatakan hal ini berbeda dengan siaran Twitch yang merupakan media sosial khusus *live streaming*. Umumnya, durasi siaran di Twitch bergantung pada minat dan interaksi dengan pemirsa sehingga sulit diprediksi. Ketidakpastian tersebut menimbulkan tantangan pada komputasi dan alokasi sumber daya *bandwidth* untuk transcoding *online real-time* dan penyiaran yang andal (Zhang & Liu, 2015, p. 58).

Zhang & Liu (2015) dalam penelitiannya juga menampilkan data, sekitar 30% konten siaran langsung berdurasi sekitar 60-120 menit. Kemudian, ada 30% konten siaran langsung berdurasi lebih dari 4 jam, yang secara dramatis lebih lama daripada yang ada di platform seperti YouTube, di mana *stream* terpanjang yakni film adalah sekitar 2-3 jam (Zhang & Liu, 2015, p. 58). Data tersebut kemudian peneliti temukan selaras dengan hasil riset dari penelitian terdahulu lainnya yang menyatakan rata-rata durasi siaran langsung media sosial adalah 1 jam 23 menit atau kurang lebih 90 menit (Apablaza & Campos, 2018, p. 116).

2.2.7 Thumbnail

Thumbnail merupakan tampilan gambar dari sebuah video yang dikemas secara kreatif untuk menarik minat audiens dan berpotensi menaikkan rating dari sebuah video (Ciampa et al., 2020, p. 200). *Thumbnail* di media sosial biasanya dapat dipilih dari bagian awal, tengah, ataupun akhir video. Namun, *creator* juga bisa membuat *thumbnail* sesuai selera menggunakan *software* grafis. Keuntungan membuat *thumbnail* sendiri adalah bisa berkreasi secara bebas seperti menambahkan elemen grafis yang tidak ada di dalam video, maupun membuat judul unik (Pamungkas, 2021, p. 71). Konsep

thumbnail dalam penelitian ini akan digunakan sebagai indikator *pattern matching* terhadap struktur *live streaming* produksi konten jurnalistik di media sosial.

2.2.8 Format Berita *Voice Over*

Berita televisi memiliki dapat ditayangkan dalam berbagai format. Praktik jurnalistik khususnya media televisi mengenal sejumlah format salah satunya *voice over* (VO). Format VO merupakan berita yang keseluruhannya dibacakan oleh presenter mulai dari *lead* hingga *body*. Saat memasuki *body* berita, format VO umumnya menyisipkan gambar atau video yang sejalan dengan berita-berita yang tengah dibacakan presenter (Junaedi, 2013, p. 29).

Konsep format berita *voice over* dalam penelitian ini akan digunakan sebagai indikator *pattern matching* terhadap struktur *live streaming* produksi konten jurnalistik di media sosial.

2.2.9 Format Berita *Live By Phone*

Selain *voice over*, ada 13 format berita televisi lainnya. Namun, format lain yang akan peneliti gunakan adalah *live by phone*. Format *live by phone* merupakan berita televisi yang menyiarkan secara langsung lokasi peristiwa menggunakan perangkat telepon. Berita yang ditayangkan dalam format *live by phone* memiliki struktur. Pertama, presenter membacakan *lead in* berita dan memanggil reporter untuk menyampaikan laporan. Kedua, reporter melaporkan temuan dilapangan atau hasil liputan melalui perangkat gawai. Ketiga, jika tersedia gambar atau video maka dapat disisipkan saat reporter menyampaikan laporan (Junaedi, 2013, pp. 36-37).

Konsep format berita *live by phone* dalam penelitian ini akan digunakan sebagai indikator *pattern matching* terhadap struktur *live streaming* produksi konten jurnalistik di media sosial. Namun, peneliti melakukan adaptasi terhadap format *live by phone* dalam penerapannya sebagai indikator *pattern matching*. Adaptasi ini peneliti sesuaikan dengan kebutuhan untuk teknik analisis data yang akan dilakukan. Oleh karena itu, dari format ini peneliti

memutuskan untuk memakai dua struktur yang ada sebagai indikator yaitu *presenter lead-in* dan *live report reporter*.

2.2.10 Rundown Program Acara Televisi

Sebagai sesama media audio visual, *rundown* program acara televisi dalam penelitian ini akan digunakan sebagai panduan peneliti menyusun indikator struktur dari *live streaming* produksi konten jurnalistik di media sosial. Namun, tentu peneliti akan melakukan sejumlah adaptasi terkait struktur program acara karena rujukan terkait *rundown* program acara televisi yang dipaparkan Fachruddin (2017, p. 23) hanya menampilkan susunan acara dari program *talkshow* televisi.

Setiap program yang diproduksi media televisi memiliki struktur tersendiri berupa susunan acara atau yang lebih dikenal dengan istilah *rundown*. *Rundown* program televisi sangat beragam karena disusun berdasarkan beberapa hal seperti kompleksitas produksi program televisi, jumlah kru yang terlibat dalam proses produksi, pengisi acara, serta format program itu sendiri yang turut menjadi penentu (Fachruddin, 2017, p. 23). Struktur acara atau *rundown* penting agar program dapat berjalan sesuai dengan konsep acara dan perkiraan waktu (durasi) yang telah direncanakan. (Fachruddin, 2017, p. 23). Sebagai sesama media audio visual, *rundown* program acara televisi dalam penelitian ini akan digunakan sebagai panduan peneliti menyusun indikator struktur dari *live streaming* produksi konten jurnalistik di media sosial. Namun, tentu peneliti akan melakukan sejumlah adaptasi terkait struktur program acara karena contoh berikut hanya menampilkan susunan acara dari program *talkshow* televisi. Berikut contoh *rundown* program acara televisi (Fachruddin, 2017, p. 23).

Rundown Program

Format Program: Talk Show

Produser: Amin

Judul Program: Muda Berprestasi

Program Director: Saman

Jadwal Produksi: 2 Agustus

Technical Director: Husein

Durasi: 30 Menit

Transmission: 6 Agustus

SEG	DESCRIPTION	DUR	TALENT	SOURCE	AUDIO	VIDEO	REMARK
	OBB	00:10		VTR	VTR	VTR	GRAFIK ANIMATION
	HOST OPENING	00:10	HOST	LIVE	1 CLIPON	CAM	HOST DISTAGE
	Host panggil narasumber chat n' interviu	03:30	HOST & NARSUM	LIVE	2 CLIPON	CAM	PROFIL NARSUM
	Roll VT	01:30		VTR	VTR	CAM	VT PROFIL NARSUM
	Teaser to break #1	00:10	HOST	LIVE	1 CLIPON	CAM	HOST
	Bumper Out	00:30		VTR	VTR	VTR	GRAFIK ANIMATION
	Commercial break	02:30					
2.	Bumper in	00:10		VTR	VTR	VTR	GRAFIK ANIMATION
	Host opening	00:10	HOST	LIVE	1 CLIPON	CAM	HOST DISTAGE
	Interviu lanjutan	06:00	HOST & NARSUM	LIVE	2 CLIPON	CAM	KISAH SUKSES NARSUM
	Roll VT	02:00		VTR	VTR	CAM	
	Teaser to break #2	00:30	HOST	LIVE	1 CLIPON	CAM	HOST
	Comm break	02:30					
3.	Bumper in	00:10		VTR	VTR	VTR	GRAFIK ANIMATION
	Host opening	00:10	HOST	LIVE	1 CLIPON	CAM	HOST DISTAGE
	Interaktif dengan audiensi	04:00	NARSIJM Audiensi	LIVE	1 CLIPON & 2 HANDYMIC	CAM	NARSUM DISTAGE & 2 ORANG Audiensi
	Interviu lanjutan	05:00	HOST & NARSUJM	LIVE	ICLIPON	CAM	TIPS2 SUKSES DIUSIA MUDA
	HOST CLOSING	00:30	HOST	LIVE	ICLIPON	CAM	HOST DISTAGE
	Bumper out	00:10		VTR	VTR	VTR	GRAFIK ANIMATION

Total Durasi	30:00	
--------------	-------	--

Sumber: Fachruddin (2017, p. 23)

Berdasarkan contoh *rundown* program *talkshow* televisi di atas, durasi keseluruhan program *talkshow* yang diproduksi televisi berdurasi 30 menit yang terbagi atas tiga segmen. Segmen satu, terdapat OBB berdurasi 10 detik, *host opening* 10 detik, pemanggilan narasumber dan interview selama 3 menit 30 detik, pemutaran video narasumber selama 1 menit 30 detik, *teaser to break* 10 detik, *bumper out* 30 detik, dan *commercial break* selama 2 menit 30 detik. Beberapa bagian *template* seperti *bumper in* dan *out*, *host opening*, *teaser to break*, dan *commercial break* berlaku sama pada segmen dua dan segmen tiga. Perbedaannya terdapat pada bagian *interview* dan interaksi dengan audiens. *Interview* paling lama dilakukan pada segmen dua yaitu selama 6 menit. Sementara segmen tiga berdurasi 5 menit. Namun, pada segmen tiga terdapat kegiatan yang tidak dilakukan pada segmen satu dan dua yaitu interaksi dengan audiens dengan durasi 4 menit.

Penelitian ini mengambil kerangka dari *rundown* program *talkshow* sebagai indikator untuk menjawab pertanyaan penelitian terkait bagaimana struktur *live streaming* konten jurnalistik di media sosial. Berikut uraiannya.

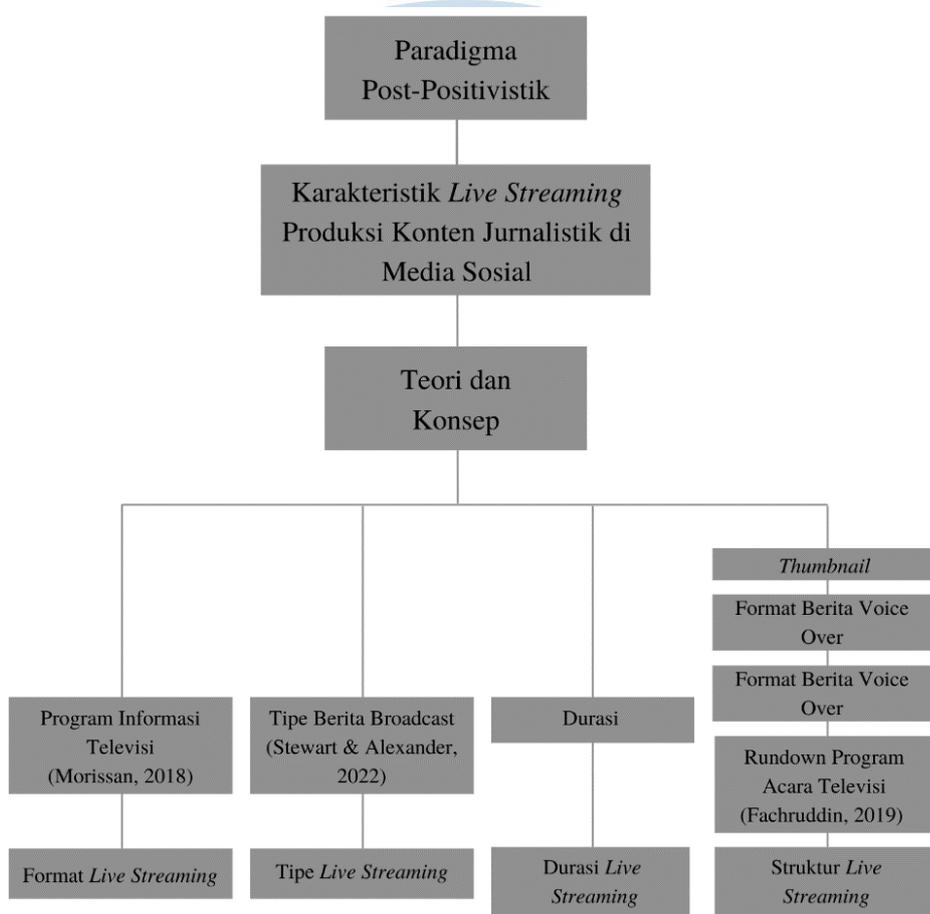
- 1) OBB, merupakan animasi grafis yang berisikan identitas suatu program sebagai penjelasan singkat tentang program yang akan tayang. Biasanya OBB berdurasi sekitar 15-30 detik (Sembiring et al., 2021, p. 1).
- 2) *Host Opening*, merupakan pembukaan dari *host* atau pembawa acara. Biasanya menjelaskan topik, narasumber, dan hal terkait program yang akan ditayangkan. Struktur ini dalam format berita juga dikenal dengan presenter membacakan *lead-in* berita. *Host opening* umumnya dilakukan di dalam studio.
- 3) *Interview* narasumber, proses tanya jawab atau bincang-bincang antara *host/ reporter* dan narasumber.

- 4) Roll VT, merupakan proses pemutaran video ataupun kumpulan gambar terkait topik acara.
- 5) Interaksi dengan audiens, merupakan proses interaktif baik tanya jawab ataupun bincang-bincang antara *host*, narasumber, dan audiens.
- 6) *Teaser to break*, merupakan pemberitahuan dari *host* ataupun *cuplikan* terkait hal yang akan terjadi atau dilakukan selanjutnya sebelum *commercial break* dan masuk ke segmen selanjutnya (Junaedi, 2013, p. 93).
- 7) *Commercial break*, jeda dalam program televisi yang berisikan tayangan iklan berbayar. Penelitian ini mengadopsi indikator *commercial break* sebagai jeda program acara yang diisi dengan animasi grafis, baik berupa ilustrasi program yang tengah berlangsung ataupun berisikan cuplikan dari program-program acara yang dimiliki media.
- 8) *Host Closing*, merupakan sesi penutupan dari *host* sebelum acara berakhir. Bisa berisi kesimpulan *host* terkait rangkaian program yang telah berlangsung.
- 9) *Bumper out*, merupakan animasi grafis penutup program acara.

2.3 Alur Penelitian

Live streaming semakin memperkaya keragaman konten jurnalisme *online*. Facebook, Instagram, dan Youtube merupakan media sosial dengan fitur *live streaming* yang paling umum digunakan jurnalisme *online* saat ini. Meski demikian, belum ada formulasi ilmiah terkait karakteristik dari *live streaming* terkhusus untuk konten jurnalisme *online* di media. Oleh karena itulah, penelitian ini dilakukan agar kedepannya jurnalisme *online* dapat mengetahui karakteristik yang baik dan proposional dalam memproduksi konten jurnalistik di media sosial. Penelitian ini menggunakan paradigma post-positivistik.

Gambar 2.1 Alur Penelitian



Sumber: Olahan Peneliti

UMMN

UNIVERSITAS
MULTIMEDIA
NUSANTARA