

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Penelitian

Media sosial telah menjadi sarana bagi banyak orang, termasuk para jurnalis, untuk membangun, menampilkan, sekaligus menegosiasikan identitas mereka di hadapan publik. Di media sosial, identitas jurnalis paling banyak terekspos sehingga muncul tantangan bagi para jurnalis untuk memilih dan memilah informasi atau konten apa yang harus mereka bagikan kepada publik (Bossio & Holton, 2018). Media sosial sering kali mengaburkan batas personal dan profesional jurnalis sehingga muncul dilema dalam memutuskan mana yang harus menjadi fokus mereka (Bossio & Holton, 2018). Unggahan ataupun akun yang dibuat atas nama pribadi kerap dikaitkan dengan profesi sebagai jurnalis ataupun keanggotaan pada suatu organisasi media. Akibat kekaburan batas tersebut, media sosial tidak lagi sekadar menjadi ruang ekspresi pribadi, tetapi bagian dari praktik jurnanisme yang rentan memicu kritik publik, tuduhan keberpihakan, hingga serangan digital terhadap jurnalis.

Kaburnya batas antara identitas personal dan profesional jurnalis di ruang digital juga dapat meningkatkan kerentanan terhadap berbagai bentuk kekerasan digital, seperti perundungan daring (*online harassment*), penyebaran data pribadi (*doxing*), maupun intimidasi akibat aktivitas mereka di ruang digital. Salah satunya dialami oleh seorang jurnalis dari *Liputan6.com*, Cakrayuni Nuralam. Pada September 2020, Cakrayuni mengalami *doxing*, berupa pemublikasian data pribadi berupa foto, alamat rumah, nomor telepon, hingga identitas keluarga. Serangan ini muncul setelah Cakrayuni menulis artikel di kanal *Cek Fakta Liputan6.com* tentang verifikasi klaim yang menyebut politisi PDI Perjuangan, Arteria Dahlan, merupakan cucu dari pendiri Partai Komunis Indonesia (PKI) di Sumatera Barat, Bachtaroeddin. Pascakejadian *doxing* tersebut, akun media sosial pribadi Cakrayuni diserang oleh berbagai komentar mengintimidasi dan merasa rumahnya diintai oleh orang tak dikenal.

Pengalaman Cakrayuni Nuralam adalah satu dari banyak kasus kekerasan siber yang menyeret pribadi jurnalis karena aktivitas profesional mereka. Kasus ini menunjukkan bahwa aktivitas profesional seorang jurnalis dapat meluas menjadi ancaman terhadap kehidupan personalnya melalui media sosial. Fenomena ini kemudian memunculkan adanya dilema bagi para jurnalis. Di satu sisi, jurnalis dihadapkan pada ekspektasi untuk aktif di media sosial demi membangun kedekatan dengan audiens, melakukan *personal branding*, atau memperluas jangkauan distribusi karya jurnalistik mereka (Bossio & Holton, 2018; Holton & Molyneux, 2015). Di sisi lain, media sosial juga menghadirkan ancaman terhadap ranah privat mereka.

Ketiadaan sekat antara ruang profesional dan ruang privat menegaskan bahwa identitas personal jurnalis di media sosial tidak pernah benar-benar bisa dilepaskan dari identitas profesionalnya. Kondisi ini turut menunjukkan bahwa media sosial bukan lagi sekadar ruang ekspresi personal, melainkan ruang yang mempertemukan identitas personal, profesional, dan organisasi secara bersamaan sehingga setiap unggahan berpotensi membawa konsekuensi bagi individu maupun institusi media. Sebagai seorang individu, jurnalis membawa nilai-nilai pribadi, preferensi politik, gaya komunikasi, dan citra diri mereka sendiri. Namun, ketika bergabung dengan sebuah organisasi media, jurnalis tidak lagi hanya seorang individu yang membawa nilai dan preferensi pribadinya sendiri, tetapi juga dianggap sebagai representasi identitas kolektif tempat mereka bekerja.

Deuze (2005) menjelaskan bahwa identitas atau ideologi organisasi media merupakan faktor umum yang memengaruhi proses pengambilan keputusan jurnalis. Artinya, ketika bergabung di sebuah perusahaan media, identitas personal jurnalis sering kali perlu disesuaikan dengan identitas organisasi tempat jurnalis bekerja (Deuze, 2005). Pembentukan identitas ini dapat dipengaruhi oleh banyak hal, termasuk kepentingan ekonomi, afiliasi politik, lingkungan sosial masyarakat, regulasi, persaingan industri media, perkembangan teknologi dan kepemilikan media (De Bruin, 2000; Siegert et al., 2011). De Bruin (2000) menjelaskan identitas organisasi media mencakup visi, misi, ideologi, nilai, reputasi, dan citra yang

menjadi acuan untuk membentuk standar kinerja juga perilaku jurnalis, baik dalam proses produksi berita maupun sikap publiknya.

Interaksi antara identitas personal dan identitas organisasi memunculkan dilema yang kompleks bagi para jurnalis, terutama di media sosial yang mempertemukan identitas-identitas tersebut secara langsung di hadapan publik. Bossio dan Holton (2018) mencatat bahwa jurnalis menghadapi tantangan untuk memilih dan memilah informasi atau konten apa yang harus mereka publikasikan di platform apa. Selain untuk menjaga diri mereka sendiri dari risiko ancaman yang mengintai, para jurnalis harus mengelola representasi diri mereka di media sosial karena tanggung jawab mereka untuk menjaga kredibilitas sebagai jurnalis sebuah media (Bossio & Holton, 2018). Holton dan Molyneux (2015) menemukan bahwa sebagian jurnalis merasa kehilangan autentisitas dalam identitas personal mereka di media sosial karena tekanan perusahaan untuk menjaga citra institusi media mereka. Situasi ini menunjukkan adanya potensi konflik identitas ketika jurnalis harus memilih untuk mempertahankan loyalitas pada organisasi medianya atau bertahan pada autentisitas personalnya.

Fenomena pertemuan antara identitas personal, profesional, dan organisasi juga dapat dilihat melalui figur publik seperti Najwa Shihab. Sebagai mantan jurnalis televisi yang kini memimpin perusahaan medianya sendiri, yaitu *Narasi TV*, Najwa aktif di berbagai platform media sosial, termasuk Instagram, Tiktok, X, dan Youtube. Melalui akun-akun media sosialnya, Najwa Shihab mempromosikan karya jurnalistiknya sekaligus menyuarakan pandangan personalnya tentang isu-isu sosial dan politik yang terjadi di Indonesia, sembari tetap membagikan kegiatan personal bersama orang-orang terdekat. Kedua sisi yang ditampilkan Najwa Shihab ini menunjukkan bagaimana media sosial digunakan untuk merepresentasikan nilai dan visi profesionalnya sebagai jurnalis ataupun pendiri media, sekaligus menampilkan ekspresi diri secara personal. Namun, posisi Najwa sebagai pendiri sekaligus figur utama organisasi media membuat identitas personal dan identitas organisasi relatif sulit dipisahkan. Kondisi tersebut berbeda dengan jurnalis yang bekerja sebagai bagian dari organisasi media konvensional, yang umumnya perlu

mempertimbangkan nilai, aturan, dan citra institusi dalam menampilkan dirinya di ruang digital.

Cara jurnalis menampilkan identitasnya di media sosial menjadi krusial untuk dibahas karena dampaknya terhadap pola konsumsi informasi publik juga. Molyneux dan Holton (2014) menjelaskan bahwa jurnalis masa kini perlu menampilkan identitas personal dan profesionalnya dengan lebih transparan, misalnya melalui penggunaan humor atau penyampaian opini di luar liputan berita mereka. Tujuannya adalah untuk menarik keterlibatan publik dan membangun koneksi yang lebih dalam antara jurnalis dengan audiensnya (Molyneux & Holton, 2014). Bossio dan Holton (2018) juga menambahkan bahwa transparansi dan juga autentisitas wajah jurnalis di media sosial menjadi upaya untuk memenuhi ekspektasi audiens untuk memiliki interaksi secara langsung dan dua arah. Oleh karena itu, cara jurnalis menampilkan identitasnya di media sosial bukan sekadar menjadi masalah internal individu jurnalisnya saja, melainkan juga menentukan bagaimana publik menerima suatu informasi, mengolah dan memahami informasi tersebut, hingga akhirnya juga membangun kepercayaan terhadap institusi media.

Hubungan antara identitas organisasi dan personal jurnalis telah dibahas pada beberapa penelitian sebelumnya di berbagai konteks internasional (misalnya Holton & Molyneux, 2015; Bossio & Holton, 2018; Molyneux et al, 2018). Namun, studi serupa dalam konteks Indonesia masih terbatas. Sebagian besar penelitian di Indonesia lebih menekankan pada pemaknaan profesi, kualitas jurnalistik di era media sosial, pemanfaatan media sosial dalam proses kerja jurnalistik, atau representasi tokoh publik (Dharmajaya & Setiawan, 2024; Meidina et al., 2024; Rosemarwati & Lindawati, 2019; Salmia, Akbar, & Mau, 2025; Sejati & Ramadhan, 2025). Namun, belum banyak yang secara spesifik membahas bagaimana nilai, ideologi, budaya redaksi, dan misi organisasi media memengaruhi identitas personal jurnalis di media sosial. Oleh karena itu, penelitian ini mencoba mengisi celah tersebut, dengan tujuan menggali lebih dalam bagaimana jurnalis menegosiasikan identitas media sosial mereka di bawah pengaruh identitas organisasi media yang melekat pada diri mereka.

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang yang telah dipaparkan sebelumnya, rumusan masalah dari penelitian ini adalah bagaimana jurnalis Indonesia memaknai pengalaman negosiasi identitas mereka di media sosial di tengah pengaruh identitas organisasi media?

1.3 Pertanyaan Penelitian

Dengan rumusan masalah yang telah diformulasikan, pertanyaan penelitian dari penelitian ini antara lain sebagai berikut.

1. Bagaimana jurnalis membangun identitas mereka di media sosial?
2. Bagaimana jurnalis memaknai interaksi antara identitas personal dan identitas organisasi media dalam membentuk representasi diri mereka di media sosial?
3. Bagaimana strategi negosiasi identitas yang dilakukan jurnalis untuk menyeimbangkan identitas personal dan identitas organisasi di media sosial?

1.4 Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah yang telah diolah, tujuan penelitian ini sebagai berikut:

1. menjelaskan bagaimana jurnalis membangun identitas mereka di media sosial,
2. menjelaskan bagaimana jurnalis memaknai interaksi antara identitas personal dan identitas organisasi media dalam membentuk representasi diri mereka di media sosial, dan
3. mengidentifikasi strategi negosiasi identitas yang dilakukan jurnalis untuk menyeimbangkan identitas personal dan identitas organisasi di media sosial.

1.5 Kegunaan Penelitian

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat bagi kegiatan akademis, praktis, hingga sosial sebagai berikut.

1.5.1 Kegunaan Akademis

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi dalam memperkaya literatur dan mengisi celah pengetahuan mengenai interaksi antara identitas personal jurnalis dan identitas organisasi media, terutama dalam konteks Indonesia. Riset terkait pengaruh nilai, ideologi, budaya redaksi, dan misi organisasi di Indonesia sejauh ini lebih banyak dikaitkan dengan kesejahteraan jurnalis, kebebasan pers, penerapan etika media, atau penggunaan media sosial untuk tujuan proses kerja redaksi, belum berfokus pada pembentukan identitas dan pengekspresian diri jurnalis.

1.5.2 Kegunaan Praktis

Penelitian ini juga diharapkan memberikan manfaat bagi organisasi media supaya menjadi masukan dalam merumuskan kebijakan ataupun pedoman penggunaan media sosial bagi para jurnalis agar tetap selaras dengan nilai-nilai profesi ataupun organisasi sekaligus melindungi jurnalis dari potensi ancaman yang ada, tanpa mengorbankan kebebasan berekspresi individu. Penelitian ini diharapkan pula dapat memberikan pemahaman kepada para jurnalis dalam menentukan sikap dan mengelola representasi identitas mereka di media sosial sehingga kredibilitas dan integritas mereka sebagai jurnalis tetap terjaga.

1.5.3 Kegunaan Sosial

Dengan menggali dinamika pembentukan identitas jurnalis di media sosial, penelitian ini diharapkan dapat membantu masyarakat untuk lebih bijak dalam menilai konten yang dibagikan oleh jurnalis dan meningkatkan kepercayaan publik terhadap jurnalis melalui pemahaman atas proses pembentukan identitas jurnalis di ranah digital. Penelitian ini juga berupaya untuk mendorong terciptanya ekosistem media sosial yang lebih sehat, terutama antara jurnalis dan audiens, dengan adanya keseimbangan antara kebebasan berekspresi dan tanggung jawab profesional.

1.6 Keterbatasan Penelitian

Meski penelitian ini mencoba mengisi celah penelitian terkait bagaimana jurnalis membangun identitas media sosial mereka di bawah pengaruh identitas organisasi dalam konteks Indonesia, beberapa keterbatasan dalam menjalankan penelitian tetap perlu diakui. Keterbatasan pertama dalam penelitian terdapat pada variasi informan yang sangat terbatas pada dua jurnalis media arus utama nasional. Jumlah informan dalam penelitian ini masih sangat terbatas dan belum melibatkan jurnalis dari latar belakang organisasi media yang berbeda, seperti dari media lokal, media alternatif, media berbasis digital, atau jurnalis lepas (*freelance*) sehingga belum sepenuhnya dapat merepresentasikan pengalaman negosiasi identitas daring jurnalis secara umum. Penelitian ini juga masih terbatas pada informan yang memiliki akun media sosial publik dan aktif membagikan unggahan secara rutin. Padahal, kelompok jurnalis di luar kriteria tersebut, seperti yang memilih tidak rutin mengunggah konten atau yang mengunci akunnya, juga berpotensi memiliki pertimbangan tertentu yang strategis dalam menghadapi berbagai tuntutan identitas mereka. Selain itu, penelitian ini juga terbatas dalam hal metode karena penggunaan fenomenologi dalam penelitian ini hanya berfokus pada pengalaman yang dipahami dan diceritakan oleh para informan, belum memasukkan perspektif yang turut terlibat dalam proses negosiasi identitas media sosial jurnalis, misalnya perspektif audiens yang mengonsumsi konten para jurnalis atau organisasi media yang citranya turut terepresentasikan dalam identitas daring jurnalis.