

**FENOMENA JURNALIS DALAM  
MEMANFAATKAN MEDIA SOSIAL  
(Studi Fenomenologi Tentang *Fanspage Dream.co.id*  
Dalam Media Sosial Facebook.com)**



**Oleh:**

**ADI ANAS SETIAWAN**

**0511 03503 125 061**

**FAKULTAS ILMU KOMUNIKASI**

**KONSENTASI JURNALISTIK**

Untuk memenuhi salah satu syarat ujian guna memperoleh  
Sarjana Ilmu Sosial dan Ilmu Politik  
Program Pendidikan Sarjana Program Studi Ilmu Komunikasi

**UNIVERSITAS SATYA NEGARA INDONESIA  
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK  
JAKARTA**

**2016**

## **FENOMENA JURNALIS DALAM MEMANFAATKAN MEDIA SOSIAL**

**(Studi Fenomenologi Tentang *Fanspage Dream.co.id* Dalam Media Sosial Facebook.com)**

### **ABSTRAK**

Teknologi berkembang untuk menghubungkan satu orang dengan orang lain dalam berkomunikasi. Media kini mendorong jurnalistik untuk terus berkembang dan tumbuh bersama perkembangan teknologi. Media sosial yang menjadi sebuah piranti lunak berfungsi menghubungkan satu dengan yang lainnya kini perlahan berganti peran selain menjadi penghubung antar penggunanya. Para jurnalis mulai beralih dalam media baru dan media sosial bertransformasi dalam menginformasikan berita kesemua media sosial. Fenomena inilah yang melatarbelakangi peneliti dalam menelaah penelitian tersebut. Berasaskan metode fenomenologi dan pendekatan kualitatif dengan jenis penelitian deskriptif, berusaha menggambarkan apa adanya tentang objek penelitian yang memaparkan sebuah fenomena tentang bagaimana jurnalis memanfaatkan *fanspage Dream.co.id* yang ada pada media sosial Facebook.com. Dalam penelitian ini diketahui bahwa para jurnalis memanfaatkan dengan pemilihan berita yang menjadi *trending topic* ditengah masyarakat, berita yang ditulis kemudian dimasukkan kedalam *fanspage Dream.co.id* yang ada di Facebook.com dengan menggunakan penggunaan kata pengantar yang baik dan memandang sebagai medium penyebar informasi yang murah.

***Kata Kunci: Media Sosial, Jurnalis, Fanspage, Facebook***

## ***THE PHENOMENOM OF JOURNALISTS IN USE SOCIAL MEDIA***

***(Study Phenomenology About Fanspage Dream.co.id In Social Media  
Facebook.com)***

### **ABSTRACT**

*Technology evolved to connect people to one another in communications. Now journalistic media push to continue to grow and growing together technological development. Social media into a software functions to connect with each other now slowly folded the role of besides being links between the user. Journalists start to the media new and social media transformed in inform the social media news. This is for the researchers in assessing the research. Based on a faulty method phenomenology and a qualitative approach by the kind of research descriptive, sought to paint it is about object research described a phenomenon about how journalist use fanspage Dream.co.id the social media facebook.com. In this research known that journalists use with news that elections be trending topic amidst the community, news that written then incorporated into fanspage Dream.co.id that is in facebook.com on use with using the preface good and looked at as a medium disseminators information cheap.*

***Keywords: Social Media, Online Journalis, Fanspage, Facebook***

## DAFTAR ISI

	Hal
<b>Sampul Halaman</b>	
<b>Abstrak.....</b>	<b>2</b>
<b>Daftar Isi .....</b>	<b>4</b>
<b>BAB I            PENDAHULUAN</b>	
1.1 Latar Belakang Penelitian .....	8
1.2 Fokus Penelitian .....	14
1.3 Pertanyaan Penelitian .....	14
1.4 Tujuan Penelitian .....	15
1.5 Manfaat Penelitian .....	15
1.5.1 Manfaat Teoretis .....	15
1.5.2 Manfaat Praktis .....	15
1.6 Jadwal Penelitian.....	16
<b>BAB II            TINJAUAN PUSTAKA</b>	
2.1 Kerangka Teoretis .....	17
2.1.1 Fenomenologi.....	17
2.1.2 Interaksi Simbolik .....	19
2.2 Kerangka Konseptual .....	22
2.2.1 Media Sosial.....	22
2.2.2 Jurnalis .....	25
2.2.3 Konsep Memanfaatkan Media .....	27
2.3 Alur Pemikiran .....	28

### **BAB III        METODOLOGI PENELITIAN**

3.1	Paradigma Penelitian.....	31
3.2	Pendekatan Penelitian .....	32
3.3	Metode Penelitian .....	34
3.4	Jenis Penelitian.....	35
3.5	Subjek Penelitian.....	36
3.6	Objek Penelitian .....	38
3.7	Waktu dan Tempat Penelitian .....	39
3.8	Teknik Pengumpulan Data.....	39
3.8.1	Data Primer .....	39
3.8.2	Data Sekunder .....	41
3.9	Teknik Pengolahan Data .....	42
3.10	Keabsahan Data.....	47
3.11	Teknik Analisis Data.....	49

### **BAB IV        HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN**

4.1	Sekilas Tentang Dream.co.id .....	55
4.1.1	Visi dan Misi Dream.co.id .....	55
4.1.2	Program Kerja Dream.co.id .....	56
4.1.3	Logo/Lambang Dream.co.id .....	58
4.1.4	Target Audien.....	59
4.1.5	Struktur Dewan Redaksi .....	65
4.2	Hasil Penelitian .....	68
4.3	Pembahasan.....	85

**BAB V        PENUTUP**

5.1	Simpulan .....	103
5.2	Saran.....	105
5.2.1	Saran Akademis .....	105
5.2.2	Saran Praktis .....	106

**Daftar Pustaka****Data Diri Peneliti****Lampiran-Lampiran**

## DAFTAR TABEL

Tabel 1.1	Jadwal Penelitian.....	16
Tabel 4.1	Latar Belakang Jurnalis Menyukai Laman Dream.co.id.....	80
Tabel 4.2	Cara Jurnalis Memverifikasi Berita .....	81
Tabel 4.3	Kendala dan Pendukung Jurnalis Dalam Menyebarkan Berita.....	82
Tabel 4.4	Alasan Pengguna Sosial Media Menurut Jurnalis Dream.co.id .....	84

## DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1	Bagan Kerangka Pemikiran .....	30
Gambar 4.1	Jumlah Pengguna Facebook.com di Indonesia.....	54
Gambar 4.2	Logo Dream.co.id.....	58
Gambar 4.3	Pengunjung Dream.co.id .....	61
Gambar 4.4	Grafik dan Presentase Pengunjung Dream.co.id .....	63
Gambar 4.5	Bagan Struktur Dewan Redaksi.....	67
Gambar 4.6	Tampilan <i>Fanspage</i> Dream.co.id Pada <i>Smartphone</i> .....	88

## BAB I

### PENDAHULUAN

#### 1.1 Latar Belakang Penelitian

Sejak ditemukannya mesin cetak oleh Johannes Gutenberg pada tahun 1446, perkembangan penyampaian informasi terus berkembang dari masa ke masa; dari pemancar radio, telepon, televisi dan sampai kepada penemuan komputer yang terkoneksi dengan internetnya dan bisa menghubungkan satu orang dengan orang lain dengan cara yang lebih cepat, terutama di era globalisasi dewasa ini, bentuk perkembangan penyampaian informasi pun berubah drastis. Kehadiran media baru pun mulai menggeser peranan-peranan media konvensional seperti media cetak dan elektronik pada umumnya.

Beberapa dekade yang lalu, internet disebut-sebut sebagai embrio yang akan berkembang dan menghasilkan sebuah media baru (*new media/cybermedia*). Dimana media baru akan menjadikan informasi sebagai sesuatu yang mudah dicari dan terbuka. Jaringan yang ada di internet merupakan struktur yang kompleks dan menghubungkan beragam perangkat atau koneksi lokal yang biasa disebut dengan *local area networks* maupun global atau *global area networks* dimana masing-masing dari mereka mempunyai karakteristik tertentu sesuai dengan keunikan jaringan yang dimiliki melalui teknologi informasi.

Namun fenomena perkembangan media baru akan memunculkan sebuah media *online* yang hal ini pula tidak dapat dipungkiri bahwa media *online* merupakan sarana penyampaian informasi yang paling cepat dan memberikan pengaruh kebebasan berpendapat yang beragam. Perkembangan media *online* diawali dengan pertukaran informasi antar belahan dunia kini telah berubah menjadikan sebuah media *online* yang tidak hanya sebagai pertukaran informasi tapi juga sebagai media sosialisasi pertemanan dan media hiburan dimana sesama pengguna atau yang lebih dikenal dengan *users* yang dapat berbagi berbagai macam peristiwa yang ada (*share*).

Praktek *share* ini merupakan ciri khas dari media sosial yang menunjukkan pada khalayak aktif untuk menyebarkan konten sekaligus mengembangkannya. Maksud dari pengembangan ini adalah konten yang ada mendapatkan komentar-komentar yang tidak sekedar opini, tetapi juga data atau fakta terbaru, seperti yang diungkapkan oleh Benkler (2012; Cross, 2011) bahwa medium ini tidak hanya menghasilkan konten yang dibangun dari dan dikonsumsi oleh penggunanya, akan tetapi juga didistribusikan sekaligus dikembangkan oleh penggunanya.

Hal ini terbukti, seperti era digital sekarang ini, kehadiran internet turut merubah wajah cara menyampaikan informasi berita atau yang biasa dikenal dengan istilah jurnalistik. Sebagai contoh, beberapa media konvensional seperti media cetak Kompas yang menambahkan produk berita mereka ke dalam versi media *online* dan juga media cetak Republika yang menambahkan fitur serupa. Bahkan tak jarang muncul rumah produksi yang membuat situs berita *online*

seperti Viva.co.id, Detik.com dan Babe.com. Hal tersebut dilakukan agar penyampaian informasi lebih cepat disebarkan dan diakses oleh masyarakat luas secara keseluruhan.

Jika selama ini intitusi media sebagai lembaga yang mendominasi pemberitaan, kehadiran internet dan media sosial memberikan keluasan bagi khalayak untuk ikut dalam berkompetensi menyebarkan informasi atau peristiwa yang ada disekitar mereka. Dahulu, sebelum berkembangnya media baru sebuah institusi media bisa saja menyembunyikan sebuah kejadian ataupun peristiwa, akan tetapi melalui perkembangan teknologi yang lambat laun semakin canggih, internet mulai memasuki kehidupan masyarakat sehingga bisa mendapatkan peristiwa tersebut melalui media baru secara mudah dan praktis.

Di Indonesia sendiri, kegiatan melakukan aktivitas melalui media baru sebut saja sosial media, sudah ada sejak lama dimana perkembangna tersebut dimulai dengan adanya forum diskusi berbasis web diantaranya seperti Kaskus.co.id. Hanya saja peningkatan penggunaan media sosial mulai mencuat sejak sebuah situs pertemanan Friendster.com bermunculan dan perlahan-lahan kini hadir pula situs web yang serupa seperti Twitter.com dan Facebook.com.

Sifat media sosial yang mudah dipahami dan dapat membentuk jaringan di antara sesama *users*. Kehadiran media sosial memberikan medium bagi *users* untuk terhubung secara mekanisme teknologi. Walaupun jaringan sosial di media sosial terbentuk melalui perangkat teknologi, dan kini perangkat internet tidak sekedar alat (*tools*). Internet juga memberikan kontribusi terhadap munculnya

ikatan sosial di internet, nilai-nilai dalam masyarakat virtual, sampai pada struktur sosial secara *online*.

Melalui media sosial, kegiatan interaksi antar *users* merupakan fungsi utama dalam medium ini akan tetapi perlu diketahui dalam media sosial, informasi menjadi entitas yang penting. Informasi diproduksi, dipertukarkan dan dikonsumsi yang menjadikan informasi itu komoditas bernilai sebagai bentuk baru dalam pengetahuan.

Selain itu media sosial tidak terpeka dari memperluas hubungan sosialitas yang ada, namun juga memberikan ruang interaksi yang terjadi di media dengan cara saling memberikan pendapat dan komentar terhadap sebuah peristiwa atau insiden yang terjadi dalam arus informasi. Media tidak hanya menampilkan realitas, tapi sudah menjadi realitas itu sendiri dan terlihat lebih nyata ketimbang kenyataan yang ada.

Perubahan menyampaikan informasi yang berubah karena kehadiran internet dan media sosial, dimanfaatkan dengan baik oleh institusi media informasi agar menyajikan berita dengan tampilan yang lebih ringan, lugas dan mudah dipahami oleh masyarakat awam sekalipun guna meningkatkan pengetahuan dan informasi yang lebih baik.

Terdapat beragam fitur yang tersedia di salah satu media, salah satu contohnya adalah pada media sosial Facebook.com yang memiliki fitur *fanspage*. *Fanspage* bila diartikan ialah 'halaman penggemar' adalah sebuah wadah yang membuat 'sang idola' bisa berinteraksi dengan para penggemarnya di Facebook

ini. Berbicara tentang penyebaran informasi di *fanspage* ini maka peneliti akan memberikan pengertian yang sesuai dalam kasus ini. *Fanspage* yang digunakan oleh institusi media berperan sebagai sebuah alat pembantu dan etalase dalam menyebarkan berita. *Fanspage* biasanya dipegang oleh admin media sosial dan terkadang tim redaktur sendirilah yang berperan ganda sebagai admin media sosial. Dalam *fanspage* ini tidak ada batasan seberapa banyak orang menyukai (*Like*) halaman tersebut karena tidak ada batasan *users* dalam menyukai laman ini. Dewasa ini institusi media mulai menambahkan fitur tersebut dalam media mereka. Fitur ini memiliki beragam keunggulan diantaranya konten yang dipublikasikan bisa diteruskan tanpa batas, selain itu tidak ada keterbatasan *users*, berbeda dengan fitur penambahan pertemanan yang hanya mencapai 5000 *users*, fitur *fanspage* tidak dibatasi berapa banyak *users* yang berlangganan informasi.

Salah satu institusi media di Indonesia yaitu PT Dream Bahagia Indonesia, perusahaan yang terafiliasi dalam kelompok usaha KapanLagi.com/KapanLagi Network (KLN) didirikan para pelaku usaha dan praktisi media. Dream.co.id yang turut menggunakan fitur *fanspage* di laman Facebook.com yang sudah berdiri sejak April 2014, sebagai salah satu media jurnalistik yang mengusung pemberitaan yang bersifat Muslim *Lifestyle*. Dream.co.id sendiri mengelola portal media tersebut dan bertanggungjawab terhadap isi konten yang ada didalamnya. Untuk mengawasi kinerja Dream.co.id, KLN menugaskan seorang staff direktur yang bertugas menangani kegiatan struktural didalamnya.

Selain mempublikasikan produk jurnalistik berupa konten yang dimuat ke dalam *web*, Dream.co.id juga aktif melakukan pemberitaan di media sosial seperti

Twitter.com. Untuk berlangganan berita secara online di *fanspage* Dream.co.id, pengguna (*user*) media sosial Facebook.com hanya cukup klik ikon *like* atau sukai sedangkan untuk Twitter.com hanya klik ikon *follow*.

Salah satu kelebihan pada fitur *fanspage* ialah bila *users* Facebook.com sudah menyukai (*like*) fitur *fanspage* Dream.co.id maka secara otomatis berita yang dipublikasikan oleh Dream.co.id akan muncul dipemberitahuan (*news feed/timeline*) pada beranda di laman Facebook.com pengguna. Selain itu, jika *user* lain berteman dengan *user* yang me-*like fanspage* Dream.co.id maka *news feed* tersebut akan muncul pada beranda di laman Facebooknya bila temannya menyukai sebuah berita yang diposting oleh Dream.co.id, meskipun hanya menyajikan informasi bahwa temannya menyukai *fanspage* Dream.co.id dan menyukai berita yang dipublikasikan, namun hal ini tidak dilakukan sesering mungkin agar menghindari adanya *spamming* (pengiriman berita secara terus-menerus tanpa dikehendaki oleh pengguna).

Di *fanspage* Dream.co.id hampir keseluruhan berita disajikan secara instan, cepat dan terbaru. Hal ini tentu saja memudahkan para *users* media *online* untuk membaca berita tanpa harus menuju web berita tersebut karena *users* bisa langsung melihat berita yang sedang hangat sambil berinteraksi dengan *users* lainnya.

Berawal dari fenomena inilah yang membuat peneliti terdorong untuk meneliti aktivitas jurnalistik di media sosial dimana berita yang disebarkan selalu cepat dan aktual sehingga *users* cenderung memilih *fanspage* serta tertarik untuk

melihat berita yang di *publish* oleh institusi media terkait pada halaman Facebook mereka. Dengan ini peneliti mengangkat judul "FENOMENA JURNALIS DALAM MEMANFAATKAN MEDIA SOSIAL (Studi Fenomenologi Tentang *Fanspage* Dream.co.id Dalam Media Sosial Facebook.com)".

## **1.2 Fokus Penelitian**

Berdasarkan uraian identifikasi masalah di atas, peneliti membatasi masalah dan difokuskan mengenai pemanfaatan media sosial Facebook.com dalam menyebarkan berita oleh jurnalis Dream.co.id serta menangkap refleksi atas pengalaman yang dialami oleh jurnalis dalam menggunakan *fanspage* di media sosial Facebook.com.

## **1.3 Pertanyaan Penelitian**

Ada beberapa keingintahuan peneliti dalam membahas penelitian ini, sehingga melahirkan beberapa pertanyaan, yaitu:

1. Bagaimana memanfaatkan *fanspage* Dream.co.id pada media sosial Facebook yang dilakukan oleh para jurnalis dalam menyebarkan berita?
2. Bagaimana jurnalis memaknai tentang pengalaman menggunakan media sosial sebagai penyebar berita?

## **1.4 Tujuan Penelitian**

Adapun tujuan penelitian yang dilakukan adalah sebagai berikut:

1. Untuk mengetahui manfaat penyebaran berita pada *fanspage* yang ada di media sosial Facebook.
2. Untuk mengetahui makna yang didapatkan oleh jurnalis tentang pengalaman menggunakan media sosial dalam menyebarkan berita.

## **1.5 Manfaat Penelitian**

Sedangkan kegunaan penelitian kali ini diantaranya, yaitu:

### **1.5.1 Manfaat Teoretis**

Secara teoritis hasil penelitian ini diharapkan menjadi bahan referensi bagi para peneliti khususnya yang bergerak di bidang Komunikasi dan Jurnalistik *Online*.

### **1.5.2 Manfaat Praktis**

Penelitian kali ini diharapkan mendapatkan pengetahuan, wawasan serta memperbaiki pemahaman *users* dalam menanggapi berita online yang bersifat singkat dan memotivasi *users* dalam mencari tahu kebenaran sebuah berita dalam media sosial.

## 1.6 Jadwal Penelitian

Adapun jadwal penelitian yang peneliti lakukan, berlangsung selama kurang lebih enam (6) bulan penelitian, terhitung sejak awal September 2015 sampai dengan Februari 2016. Jadwal dirangkum ke dalam sebuah bagan matriks yang ada di halaman belakang.

No	Tahapan Penelitian	Sep 2015				Okt 2015				Nov 2015				Des 2015				Jan 2016				Feb 2016					
		I	II	III	IV																						
1	Pengajuan Proposal	■	■																								
2	Bimbingan Proposal			■																							
					■																						
						■	■																				
								■	■	■	■																
3	Seminar Proposal													■	■												
4	Pengumpulan dan Pengolahan Data													■	■	■	■										
5	Bimbingan Proposal															■	■										
6	Laporan Hasil Sementara																■	■									
7	Ujian Skripsi																	■	■								
8	Laporan Hasil Akhir																								■		

**Tabel 1.1 Jadwal Penelitian**

## **BAB II**

### **TINJAUAN PUSTAKA**

#### **2.1 Kerangka Teoretis**

Pada dasarnya landasan teoretis dari penelitian kualitatif itu bertumpu secara mendasar pada fenomenologi. Karena itu pada bagian fenomenologi ini dijadikan landasan dasar teoretis utama. Dalam uraian tentang dasar teori tersebut, Bogdan dan Biklen (1982:30) menggunakan istilah paradigma dalam sebuah penelitian, apakah dinyatakan secara eksplisit atau tidak dan biasanya paradigma penelitian atau orientasinya memanfaatkan dan mengumpulkan dan menganalisa data. Berikut adalah salah satu landasan teori yang peneliti gunakan:

##### **2.1.1 Fenomenologi**

Beberapa sumber menyebutkan, Istilah fenomenologi berasal dari bahasa Yunani: *Phainestai* yang artinya “menunjukkan” dan “menampakkan diri sendiri”. Sebagai aliran epistemologi. Dalam bahasa Indonesia biasa dipakai istilah *gejala*. Secara istilah, fenomenologi adalah ilmu pengetahuan (*logos*) tentang apa yang tampak. Dari pengertian tersebut dapat dipahami bahwa fenomenologi adalah suatu aliran yang membicarakan fenomena atau segala sesuatu yang tampak atau yang menampakkan diri.

Seorang Fenomenolog suka melihat gejala dan bergerak di bidang yang pasti. Hal yang menampakkannya dirinya dilukiskan tanpa meninggalkan bidang *evidensi* yang langsung. Fenomenologi adalah suatu metode pemikiran, “*a way of looking at things*”. Fenomenologi ini mengacu kepada analisis kehidupan sehari-hari dari sudut pandang orang yang terlibat di dalamnya. Tradisi ini memberi penekanan yang besar pada persepsi dan interpretasi orang mengenai pengalaman mereka sendiri. Bagi seorang fenomenolog, kisah seorang individu adalah lebih penting dan bermakna daripada hipotesis ataupun aksioma.

Jelasnya, fenomenologi mencoba menepis semua asumsi yang mengkontaminasi pengalaman konkret manusia. Ini mengapa fenomenologi disebut sebagai cara berfilsafat yang radikal. Fenomenologi menekankan upaya menggapai “hal itu sendiri” lepas dari segala *presuposisi*. Semua penjelasan tidak boleh dipaksakan sebelum pengalaman menjelaskannya sendiri dari dan dalam pengalaman itu sendiri. Fenomenologi menekankan perlunya filsafat melepaskan diri dari ikatan historis apapun—apakah itu tradisi metafisika, epistemologi, atau sains. Program utama fenomenologi adalah mengembalikan filsafat ke penghayatan sehari-hari subjek pengetahuan.

Husserl menggunakan fenomenologi untuk menunjukkan apa yang nampak dalam kesadaran kita dengan membiarkannya termanifestasi apa adanya tanpa memasukkan kategori pikiran kita padanya atau menurut ungkapan Husserl: *zuruck den sachen selbst* (kembalilah pada realitas itu

sendiri). Husserl menyatakan, bahwa apa yang disebut fenomena adalah realitas itu sendiri yang nampak setelah kesadaran kita cair dengan realitas. Fenomenologi Husserl justru bertujuan mencari yang esensial atau *eidós* (esensi) dari apa yang disebut fenomena. Metode yang digunakan untuk mencari yang esensial adalah dengan membiarkan fenomena itu berbicara sendiri tanpa dibarengi dengan prasangka (*presuppositionlessness*).

Fenomenologi adalah studi tentang pengalaman yang disadari (*conscious experience*). Jadi peneliti yang menggunakan fenomenologi nantinya akan meneliti pengalaman yang disadari dari responden penelitiannya bukan meneliti sesuatu yang diluar responden penelitiannya atau sesuatu diluar pengalaman sadar responden penelitiannya. Littlejohn (1999: 199) mendefinisikan fenomenologi sebagai studi tentang pengalaman yang datang dari kesadaran atau cara kita memahami sesuatu dengan secara sadar mengalami sesuatu tersebut.

### **2.2.2 Interaksi Simbolik**

Teori interaksi simbolik menyatakan bahwa interaksi sosial adalah interaksi symbol. Manusia berinteraksi dengan yang lain dengan menyampaikan simbol yang lain memberi makna atas simbol tersebut. Istilah teori ini pertama kali diperkenalkan oleh Herbert Blumer dalam lingkup sosiologi yang telah dikemukakan oleh George Herbert Mead yang kemudian dimodifikasi oleh Blumer untuk tujuan tertentu.

Karakteristik dasar ide ini adalah suatu hubungan yang terjadi secara alami antara manusia dalam masyarakat dan hubungan masyarakat dengan individu. Interaksi yang terjadi antar individu berkembang melalui simbol-simbol yang mereka ciptakan. Masyarakat dan diri dipandang sebagai proses, yang bukan struktur untuk membekukan proses adalah untuk menghilangkan inti sari hubungan sosial. Masyarakat dan diri dipandang sebagai proses, yang bukan struktur untuk membekukan proses adalah untuk menghilangkan inti sari hubungan sosial.

Perspektif interaksi simbolik mengandung dasar pemikiran yang sama dengan tindakan sosial tentang "makna subjektif" dari perilaku manusia, proses sosial dan pragmatismenya serta berusaha memahami budaya lewat perilaku manusia yang terpantul dalam komunikasi. Interaksi simbolik lebih menekankan pada makna interaksi budaya sebuah komunitas. Makna esensial akan tercermin melalui komunikasi budaya antar warga setempat.

Interaksionisme simbolik adalah salah satu model penelitian budaya yang berusaha mengungkap realitas perilaku manusia. Falsafah dasar interaksionisme simbolik adalah fenomenologi. Namun, dibanding penelitian naturalistik dan etnografi yang juga memanfaatkan fenomenologi, interaksionisme simbolik memiliki paradigma penelitian tersendiri.

Soeprapto (2007) mengatakan bahwa teori interaksi simbolik menekankan pada hubungan antara simbol dan interaksi, serta inti dari pandangan pendekatan ini adalah individu. Banyak ahli di belakang perspektif ini yang mengatakan bahwa individu merupakan hal yang paling penting dalam konsep sosiologi. Mereka mengatakan bahwa individu adalah objek yang bisa secara langsung ditelaah dan dianalisis melalui interaksinya dengan individu yang lain. Interaksi simbolik ada karena ide-ide dasar dalam membentuk makna yang berasal dari pikiran manusia (*Mind*) mengenai diri (*Self*), dan hubungannya di tengah interaksi sosial, dan tujuan bertujuan akhir untuk memediasi, serta menginterpretasi makna di tengah masyarakat (*Society*) dimana individu tersebut menetap. Definisi singkat dari ke tiga ide dasar dari interaksi simbolik, antara lain:

- (1) Pikiran (*Mind*) adalah kemampuan untuk menggunakan simbol yang mempunyai makna sosial yang sama, dimana tiap individu harus mengembangkan pikiran mereka melalui interaksi dengan individu lain,
- (2) Diri (*Self*) adalah kemampuan untuk merefleksikan diri tiap individu dari penilaian sudut pandang atau pendapat orang lain, dan teori interaksionisme simbolis adalah salah satu cabang dalam teori sosiologi yang mengemukakan tentang diri sendiri (*the-self*) dan dunia luarnya, dan
- (3) Masyarakat (*Society*) adalah jejaring hubungan sosial yang diciptakan, dibangun, dan dikonstruksikan oleh tiap individu ditengah masyarakat, dan tiap individu tersebut terlibat dalam perilaku yang mereka pilih secara

aktif dan sukarela, yang pada akhirnya mengantarkan manusia dalam proses pengambilan peran di tengah masyarakatnya.

## **2.2 Kerangka Konseptual**

### **2.2.1 Media Sosial**

Media sosial adalah medium yang berada di internet yang memungkinkan pengguna merepresentasikan dirinya maupun interaksi, bekerja sama, berbagi, berkomunikasi dengan pengguna lain dan membentuk ikatan sosial secara virtual.

Jejaring sosial merupakan situs dimana setiap orang bisa membuat web page pribadi, kemudian terhubung dengan teman-teman untuk berbagi informasi dan berkomunikasi. Jejaring sosial terbesar antara lain Facebook, Myspace, dan Twitter. Jika media tradisional menggunakan media cetak dan media *broadcast*, maka media sosial menggunakan internet. Media sosial mengajak siapa saja yang tertarik untuk berpartisipasi dengan memberi kontribusi dan *feedback* secara terbuka, memberi komentar, serta membagi informasi dalam waktu yang cepat dan tak terbatas.

Andreas Kaplan dan Michael Haenlein mendefinisikan media sosial sebagai “sebuah kelompok aplikasi berbasis internet yang membangun di atas dasar ideologi dan teknologi *Web 2.0* , dan yang

memungkinkan penciptaan dan pertukaran oleh pengguna konten atau *user-generated content*".

Teori media baru merupakan sebuah teori yang dikembangkan oleh Pierre Levy yang mengemukakan bahwa media baru merupakan teori yang membahas mengenai perkembangan media. Creeber dan Martin (2009) mendefinisikan *new media* atau media *online* maupun media baru sebagai produk dari komunikasi yang termediasi oleh teknologi yang terdapat bersama dengan komputer digital. Sedangkan Lievrouw (2011) mendefinisikan sebagai media yang didalamnya terdiri dari gabungan berbagai elemen yang artinya terdapat konvergensi media didalamnya, dimana beberapa media dijadikan satu.

Untuk menjelaskan ini, Fuchs mengawalinya dengan kata *web 2.0* yang dipopulerkan oleh O'reilly (2005). Dimana *web* merujuk dari media sosial yang tidak lagi sekedar penghubung antar individu dengan perangkat (teknologi dan jaringan) komputer yang selama ini ada dan terjadi didalam *web 1.0*, tetapi telah melibatkan individu untuk mempublikasikan secara bersamaan, saling mengolah dan melengkapi data, *web* sebagai *platform* atau program yang bisa dikembangkan, sampai pada pengguna dengan jaringan dan alur yang sangat panjang (*the long tail*). Karakteristik kerja komputer dalam *web 1.0* berdasarkan pada sistem pengenalan individu terhadap individu lainnya (*human cognition*) dalam jaringan antar individu berkomunikasi (*human communication*) dalam jaringan antar individu. Terakhir dalam *web 3.0* karakteristik teknologi dan

relasi yang terjadi terlihat dari bagaimana manusia (*users*) bekerja sama (*human co-operation*).

Sekian banyaknya media sosial yang merebak saat ini, peneliti menelaah media sosial Facebook.com yang sudah lama dikenal dan tetap eksis serta memiliki pengguna yang sangat banyak. Media sosial Facebook memiliki banyak sekali fitur-fitur didalamnya diantaranya adalah *Fanspage*.

*Fanspage* sendiri merupakan sebuah halaman pada web Facebook yang intinya adalah sekumpulan orang yang menyukai atau memiliki kegemaran pada satu hal. Contoh salah satu institusi media yang menggunakannya adalah portal berita Dream.co.id. Maka didalam *fanspage* tersebut banyak sekali yang menyukai berita atau informasi yang disajikan oleh redaksi Dream.co.id. Kelebihan pada fitur ini adalah ketidakterbatasan jumlah orang yang menyukai halaman tersebut, berbedadengan fitur penambahan pertemanan yang hanya dibatasi sampai 5000 orang saja sedangkan *fanspage* tidak dibatasi. Selain itu sistem penyampaian pada fitur *fanspage* lebih bersifat personal yang artinya berita tersebut akan menyebar bila salah satu *user* menyukai atau memberi komentar pada salah satu berita, maka berita tersebut akan muncul pada beranda (*newfeed*) Facebook-nya (sistem penyebaran ini lebih bersifat seperti seorang *users* memposting sebuah status). Sedangkan bila berita yang dikeluarkan melalui *fanspage* tersebut tidak ada yang menyukai atau memberikan komentar maka berita tersebut akan tetap muncul pada

beranda meski memiliki frekuensi yang lebih lambat. Pada intinya bila sebuah berita disukai atau tidak disukai, diberi komentar ataupun tidak maka berita tersebut akan tetap menyebar (viral) dalam media sosial tersebut pada satu *users* ke *users* lainnya.

Dewan redaksi yang menggagas serta mendirikan Dream.co.id yang kini mengelola *web* tersebut membagi tugas dalam menyebarkan berita, pertama pada media *web* itu sendiri dan yang kedua pada media sosial seperti *fanspage* pada Facebook, Twitter serta menyebarkan pula pada Google+. Semua dewan redaksi pada Dream.co.id terlibat dalam memproduksi berita, mulai dari pencarian berita sampai pada menerbitkan berita semuanya bekerja sama dalam mencari berita dimulai dari Pemimpin Redaktur sampai dengan Reporter Lapangan. Berbeda dengan media konvensional yang hanya reporter atau wartawan yang mencari berita dan pihak atasan yang menentukan berita tersebut layak atau tidak untuk diterbitkan.

### **2.2.2 Jurnalis**

Secara umum, pengertian jurnalis adalah orang yang melakukan kegiatan/praktik jurnalistik. Dimana jurnalistik bisa dibatasi secara singkat sebagai kegiatan penyiapan, penulisan, penyuntingan, dan penyampaian berita kepada khalayak melalui saluran media tertentu. Kustadi Suhandang (2004 : 21) menjabarkan secara lebih luas, pengertian atau definisi

jurnalistik adalah seni dan keterampilan mencari, mengumpulkan, mengolah, menyusun, dan menyajikan berita tentang peristiwa yang terjadi sehari-hari secara indah, dalam rangka memenuhi segala kebutuhan hati nurani khalayaknya, sehingga terjadi perubahan sikap, sifat, pendapat, dan perilaku khalayak sesuai dengan kehendak para jurnalisnya.

Berdasarkan media yang digunakan meliputi jurnalistik cetak (*print journalism*), elektronik (*electronic journalism*). Akhir-akhir ini juga telah berkembang jurnalistik secara tersambung (*online journalism*). Kegiatan jurnalistik dilakukan dengan cara-cara manual, mulai dari pencarian berita hingga kepada kegiatan pelaporan berita atau pengumpulan berita dilakukan dengan cara yang masih sangat sederhana. Hal ini dikarenakan dahulu alat-alat pendukung kegiatan jurnalistik masih minim sekali. Selain itu juga jurnalistik pada zaman dahulu hanya dipahami sebagai publikasi secara cetak. Tetapi sekarang tidak hanya dari situ saja, media elektronik juga ikut andil dalam hal pemberitaan serta sebagai pelaku media massa.

Pengertian lanjut kegiatan jurnalis yang dilakukan oleh tim redaksi Dream.co.id didalamnya, hampir seluruh jajaran redaksional baik dari reporter lapangan sampai kepada pemimpin redaksi melakukan kegiatan jurnalistik, kecuali *officeboy* yang ditugaskan untuk menyiapkan alat dan memenuhi kebutuhan konsumsi para jurnalis didalamnya. Hal ini sejalan dengan Aliansi Jurnalis Independen (AJI) tentang jurnalis adalah profesi penamaan seseorang yang pekerjaannya berhubungan dengan isi media

massa. Jurnalis bukan hanya wartawan, akan tetapi meliputi kolumnis, penulis lepas, fotografer dan desain grafis editorial. Meskipun pada kenyataannya referensi penggunaan istilah jurnalis lebih mengacu pada definisi wartawan.

### **2.2.3 Konsep Memanfaatkan Media**

*Social Network* merupakan suatu jejaring sosial yang berada di internet saat ini yang mempunyai cakupan dari sistem *software* yang memungkinkan pengguna dapat berinteraksi dan berbagi data dengan pengguna yang lain dalam skala yang besar baik dalam negeri maupun luar negeri, yang dalam kamus dunia maya tidak ada batasan wilayah Negara lagi. *Social Network* dijalankan oleh sebuah *social software* yang mempunyai karakteristik memiliki desain arsitektur yang berbasiskan *service oriented*, dan kemampuan untuk *upload* data maupun media.

Andreas Kaplan dan Michael Haenlein mendefinisikan media sosial sebagai sebuah kelompok aplikasi berbasis internet yang membangun di atas dasar ideologi dan teknologi *Web 2.0* , dan yang memungkinkan penciptaan dan pertukaran *user-generated content*. Media dalam hal ini ialah internet memberikan kontribusi terhadap munculnya ikatan sosial, nilai-nilai dalam masyarakat virtual, sampai pada struktur sosial secara *online*. Tidak mengherankan jika Manuel Castells

(2002:xxxix) mengatakan bahwa jaringan adalah sebuah pesan, dan media internet adalah utusan.

Facebook merupakan salah satu *social software (software sosial)* yang banyak dinikmati oleh berbagai kalangan, baik kalangan muda maupun kalangan tua saat ini. Penggunaan Facebook saat ini sangat berkembang pesat mengikuti gaya atau mode teknologi yang terus berkembang pesat. Berbagai manfaat dapat diambil dari penggunaan Facebook di antaranya yaitu penyediaan dan pertukaran informasi, agenda, pencarian teman, iklan produk dan lain-lain. Secara nyata penggunaan Facebook sebagai fasilitas pertukaran informasi atau data lebih dominan. Ada yang memanfaatkan Facebook untuk memperluas pergaulan, ada yang memakai untuk berbisnis, ada juga yang menggunakannya untuk berkampanye. Sesuai fungsinya sebagai situs jaring sosial, tujuan utama penggunaan Facebook tentu saja untuk membangun suatu relasi dan mendapatkan informasi karena didukung dengan fitur yang memudahkan untuk mencari teman-teman di Facebook.com.

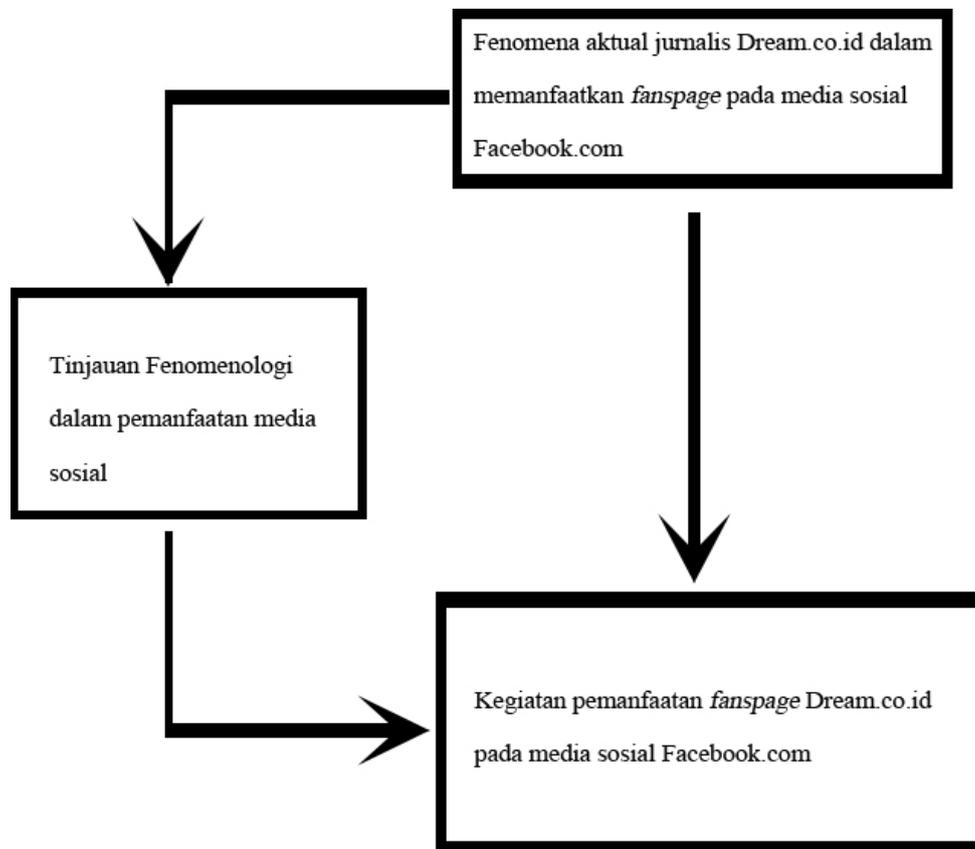
### **2.3 Alur Pemikiran**

Aktivitas media jurnalistik dalam media sosial kini tengah merebak yang populasinya setiap waktu terus bertambah, tak ayal jika hal ini menjadi penelitian serius bagi peneliti yang menghadapi fenomena seperti ini. Dream.co.id salah satu portal berita yang menyajikan produk jurnalistik ke dalam media sosial, turut aktif

dalam menyampaikan informasi yang selalu diperbaharui setiap waktu dan di jam-jam tertentu pula. Peneliti setidaknya ingin menelaah sebuah aktivitas yang dilakukan jurnalis *online* dalam memanfaatkan *fanspage* media sosial Facebook.com serta menyampaikan informasi ke dalamnya. Dalam hal ini, sekiranya apakah *fanspage* Dream.co.id mampu menerapkan kaidah-kaidah jurnalistik atau menggunakan terapan penulisan jurnalistik yang baru agar memikat pandangan para *users* untuk membaca sebuah berita yang menarik?

Hal yang peneliti telaah lebih dalam selanjutnya akan diteruskan pada fenomena jurnalis yang memanfaatkan media sosial dalam menyampaikan berita. Produk jurnalis tersebut juga kini tidak hanya hadir dalam media televisi, radio dan koran saja, akan tetapi ia berkembang menjadi satu hal yang dianggap sebagai sebuah kebutuhan. Fenomena tersebut menonjolkan kecepatan dalam memberikan informasi dalam produk jurnalistik, sehingga memunculkan penggunaan aktual di dalamnya. Bagan kerangka pemikiran bias dilihat halaman selanjutnya.

## 2.1 Bagan Kerangka Pemikiran



### Keterangan Gambar:

Berdasarkan kerangka pemikiran pada gambar tersebut peneliti menggunakan studi fenomenologi yang menggambarkan refleksi dari pengalaman-pengalaman jurnalis yang memanfaatkan media sosial Facebook.com

Dalam permasalahan yang terjadi, penulis menelaah penggunaan aktual yang dilakukan jurnalis Dream.co.id dalam memanfaatkan fanspage media sosial Facebook.com dalam pemanfaatan yang dilakukan jurnalis dalam penggunaan

*fanspage* Dream.co.id dan mengetahui pemaknaan dalam memanfaatkan media sosial Facebook.com sebagai penyebar berita.

## **BAB III**

### **METODOLOGI PENELITIAN**

#### **3.1 Paradigma Penelitian**

Penelitian pada hakikatnya merupakan suatu upaya untuk menemukan kebenaran atau untuk lebih membenarkan kebenaran. Menurut Guba (Moleong, 2005: 48) mengatakan bahwa seseorang melakukan penelitian, maka disadari atau tidak dia telah memiliki cara memandang terhadap suatu objek, masalah atau peristiwa yang sedang diteliti. Lincoln dan Guba (2010:38 - 2010:174) mendefinisikan paradigma sebagai sistem anggapan dasar, pandangan dunia yang mengarahkan penelitian dalam metologi dan kerangka ontologisnya, paradigma adalah sistem kepercayaan atau keyakinan dasar atau pandangan dunia yang membimbing peneliti, tidak hanya dalam pilihan metode tetapi dalam aspek ontologis dan epistemologis. Paradigma adalah system kepercayaan/keyakinan dasar yang didasarkan pada asumsi-asumsi ontologis, epistemologis, dan metodologis.

Teori konstruktivisme menyatakan bahwa individu menginterpretasikan dan beraksi menurut kategori konseptual dari pikiran. Peneliti menyadari bahwa paradigma konstruktivisme merupakan aksioma yang

tepat dalam melakukan penelitian karena lebih mengkaji kehidupan secara alami dan terbebas dari manipulasi karena analisis di ambil berdasarkan fakta yang ada.

Arifin (2012: 140) mengatakan paradigma ini memandang bahwa kenyataan itu hasil konstruksi atau bentukan dari manusia itu sendiri. Kenyataan itu bersifat ganda, dapat dibentuk, dan merupakan satu keutuhan. Kenyataan ada sebagai hasil bentukan dari kemampuan berpikir seseorang. Pengetahuan hasil bentukan manusia itu tidak bersifat tetap tetapi berkembang terus. Penelitian kualitatif berlandaskan paradigma konstruktivisme yang berpandangan bahwa pengetahuan itu bukan hanya merupakan hasil pengalaman terhadap fakta, tetapi juga merupakan hasil konstruksi pemikiran subjek yang diteliti. Pengenalan manusia terhadap realitas sosial berpusat pada subjek dan bukan pada objek, hal ini berarti bahwa ilmu pengetahuan bukan hasil pengalaman semata, tetapi merupakan juga hasil konstruksi oleh pemikiran.

### **3.2 Pendekatan Penelitian**

Pendekatan penelitian berupa kualitatif yang menuntut peneliti untuk tidak sekedar terjun kelapangan akan tetapi turut melakukan pemahaman dan penafsiran terhadap situasi dan kondisi sekitar yang menjadi subjek penelitian yang berorientasi pada kealamiahannya tanpa adanya angka-angka atau bilangan.

Metode ini digunakan karena penyesuaiannya akan lebih mudah jika bertemu dengan kenyataan yang bersifat jamak serta menyajikan secara langsung hakikat hubungan antara si peneliti dengan responden dan juga penelitian

kualitatif lebih peka dan lebih dapat menyesuaikan diri dengan banyak penajaman pengaruh bersama terhadap pola-pola nilai yang dihadapi.

Penggunaan metode kualitatif karena sesuai dengan sudut pandang dalam melakukan riset penelitian yang menegaskan bahwa suatu gejala sosial adalah bersifat holistik atau menyeluruh tidak dapat dipisah-pisahkan, sehingga dalam penelitian kualitatif meliputi aspek tempat, pelaku dan aktivitas yang berinteraksi dengan sinergi.

Pendekatan yang peneliti lakukan bertujuan menghasilkan data-data deskriptif berupa kata-kata tertulis atau lisan dari orang-orang dan perilaku yang dapat diamati, sehingga data yang dikumpulkan adalah data yang berupa kata atau kalimat maupun gambar dan bukan berupa angka-angka. Data-data ini bisa berupa naskah wawancara, catatan lapangan, foto, video, dokumen pribadi, memo ataupun dokumen lainnya yang bermanfaat bagi penelitian ini.

Creswell (2010:5) menegaskan penelitian kualitatif merupakan metode-metode untuk mengeksplorasi dan memahami makna yang oleh sejumlah individu atau sekelompok orang dianggap berasal dari masalah sosial atau kemanusiaan. Proses penelitian kualitatif ini melibatkan upaya-upaya penting, seperti mengajukan pertanyaan-pertanyaan dan prosedur-prosedur, mengumpulkan data yang spesifik dari para partisipan, menganalisis data secara induktif mulai dari tema-tema yang khusus ke tema-tema umum, dan menafsirkan makna data. Laporan akhir untuk penelitian ini memiliki struktur atau kerangka yang fleksibel.

Tujuan akhir dari penelitian kualitatif adalah untuk menemukan fenomena seperti pola perilaku bahasa kedua yang belum pernah dijelaskan sebelumnya dan untuk memahami fenomena-fenomena tersebut menurut perpektif aktivitas peserta atau pembelajar. Pada pemerolehan bahasa kedua, penelitian kualitatif mencoba untuk memahami fenomena bahasa kedua dari perspektif para pembelajar bahasa kedua, bukan dari perspektif peneliti.

Penggunaan metode penelitian kualitatif akan sejalan dengan realita terhadap fenomena jurnalis dalam memanfaatkan media sosial. Denzin dan Lincoln (1994;2) mengatakan bahwa penelitian kualitatif melibatkan penggunaan dan pengumpulan berbagai bahan empiris, seperti studi kasus, pengalaman pribadi, instropeksi, riwayat hidup, wawancara, pengamatan, teks sejarah, interaksional dan visual: yang menggambarkan momen rutin dan problematis, serta maknanya dalam kehidupan individual dan kolektif.

### **3.3 Metode Penelitian**

Untuk mendapatkan kajian yang bisa dipertanggung jawabkan secara ilmiah dalam mengumpulkan serta menganalisis data menjadi sebuah kesimpulan yang tepat harus didasari dengan penggambaran secara lengkap mengenai permasalahan yang diteliti menyangkut aspek realita.

Maka dari itu peneliti menggunakan metode fenomenologi untuk menggambarkan fenomena jurnalis dalam memanfaatkan *fanspage* yang ada pada media sosial Facebook.com menurut pandangan *informan* sendiri.

Sebagai metode penelitian, fenomenologi tidak berasumsi bahwa peneliti mengetahui arti sesuatu bagi orang-orang yang sedang diteliti oleh mereka. Inkuiri fenomenologis dimulai dengan diam. Diam merupakan tindakan untuk menangkap pengertian sesuatu yang sedang diteliti. Mereka berusaha untuk masuk kedalam dunia konseptual para subjek yang ditelitinya sedemikian rupa sehingga mereka mengerti apa dan bagaimana suatu pengertian yang dikembangkan oleh mereka di sekitar peristiwa dalam kehidupan sehari-hari.

Oleh paradigma tersebut dijelaskan bahwa realitas sosial yang ditunjukkan oleh interaksi sosial yang secara esensial adalah dasar dari komunikasi, bukan saja menampakkan sebuah kejadian atau fenomena, tetapi juga menampakkan komunikasi interpersonal di antara anggota sosial tersebut.

### **3.4 Jenis Penelitian**

Berdasarkan permasalahan yang diteliti, maka jenis penelitian yang dipergunakan adalah penelitian deskriptif yang memaparkan fakta situasi fenomena dan keadaan yang terjadi terutama pada fenomena pemanfaatan media sosial sebagai penyebaran berita. Penelitian kualitatif merupakan penelitian yang berhubungan dengan ide, persepsi, pendapat, kepercayaan orang yang akan diteliti dan kesemuanya tidak dapat di ukur dengan angka.

Selain itu deskriptif juga dipilih dalam sifat dan jenis penelitian ini adalah ini menjelaskan suatu bentuk penelitian yang ditujukan untuk mendeskripsikan fenomena-fenomena yang ada, baik fenomena alamiah maupun fenomena buatan

manusia dan berusaha menggambarkan objek atau subjek yang diteliti sesuai dengan apa adanya, dengan tujuan menggambarkan secara sistematis, fakta dan karakteristik objek yang diteliti secara tepat.

Penelitian yang membahas tentang fenomena-fenomena jurnalistik dalam media sosial dan menitik beratkan objek pada salah satu *fanspage* yang ada di Facebook.com, yaitu Dream.co.id. *Fanspage* ini merupakan salah satu halaman jurnalistik dalam media sosial yang berperan sebagai pembuat dan penyebar berita baik berupa *web* maupun *fanspage*.

### 3.5 Subjek Penelitian

Subjek penelitian dalam penelitian kualitatif biasanya cenderung aktif dan merupakan tempat melekatnya objek penelitian. Maka dalam penelitian ini subjek yang dimaksud adalah orang-orang yang menjadi sumber data dan informasi. Dan peneliti menggunakan *Purposive Sampling* dalam menentukan berdasarkan karakteristik yang sesuai diantaranya ialah orang-orang yang memiliki latar belakang jurnalis serta aktif dalam dunia jurnalis, partisipannya adalah:

1. Ismoko Widjaya seorang jurnalis yang memiliki jabatan selaku Wakil Pemimpin Redaksi Dream.co.id yang berdasarkan pengetahuan dan tugas pada jabatannya yaitu memonitoring tim redaksional dan reporter Dream.co.id. Perlu dipahami konsep yang ada pada jurnalis *online* dalam media Dream.co.id dimana seluruh staff jajaran yang ada juga turut mencari, membuat berita,

menulis berita, menyunting berita, dan menyampaikannya kepada publik.

2. Syahid Latif selaku Redaktur Eksekutif yang membantu wakil pemimpin redaksi dalam melakukan memonitoring serta melakukan pencarian berita, penulisan berita sampai kepada menyiarkan berita pada media *online*.
3. Eko Huda selaku Redaktur Dream.co.id yang bertugas sebagai editor dan memimpin langsung aktivitas peliputan dan pembuatan berita oleh para reporter serta turut aktif dalam mencari dan menulis berita.
4. Dwi Ratih yang merupakan seorang Asisten Redaktur Dream.co.id yang bertugas melakukan penyuntingan ataupun *editing* serta melengkapi naskah-naskah berita yang ditulis oleh para wartawan atau reporter. Dwi Ratih juga memegang kanal *Community* untuk melaporkan segala macam kegiatan komunitas para hijaber, *blogger*, *traveller* dan toko *online* untuk ditulis dan situangkan kedalam berita.
5. Sandy Adam Mahaputra Redaktur Dream.co.id yang bertugas sebagai editor dan turut aktif dalam pencarian berita pada kanal *News*.
6. Idho Rahaldy selaku Reporter *online* Dream.co.id yang mencari dan menyebarkan berita pada media sosial.

7. Irma Suryani yang memiliki jabatan sebagai Asisten Redaktur yang melakukan jurnalis pada media *online* Dream.co.id yang mencari dan menyiarkan berita.
8. Puri Yuanita yang menjabat sebagai Asisten Redaktur yang juga turut melakukan pencarian dan penulisan berita guna dipublikasikan kedalam *web* ataupun *fanspage*.
9. Ahmad Baiquni yang menjabat sebagai Asisten Redaktur Dream.co.id yang juga melakukan pencarian berita dan menulisnya serta menyebarkannya.
10. Indra Nugraha selaku jurnalis *online* Kapanlagi yang mencari, menulis dan menyebarkan berita pada media berbasis *web*.

### **3.6 Objek Penelitian**

Objek penelitian adalah hal-hal yang akan diteliti, sedangkan objek yang dimaksud adalah kegiatan jurnalis dalam memanfaatkan media sosial Facebook.com dengan pemanfaatan fitur *fanspage* Dream.co.id yang dimanfaatkan untuk mendapatkan berita dan juga sebagai penyebaran informasi maupun berita.

### **3.7 Waktu Dan Tempat Penelitian**

Penelitian yang dilakukan selama kurang lebih satu semester, terhitung mulai dari bulan September 2015 sampai Februari 2016 penelitian ini penulis lakukan di Redaksi Dream.co.id yang beralamat di Jl. Tebet Barat IV No.5, Tebet, Jakarta Selatan.

### **3.8 Teknik Pengumpulan Data**

Data merupakan salah satu faktor penting dalam melakukan penelitian, maka dari itu diperlukan teknik yang pas dalam pengumpulan data. Teknik pengumpulan data yang penulis lakukan adalah sebagai berikut:

#### **3.8.1 Data Primer**

##### **1. Wawancara Mendalam**

Wawancara adalah percakapan dengan maksud tertentu. Percakapan itu dilakukan oleh dua pihak, yaitu pewawancara yang mengajukan pertanyaan dan terwawancara yaitu orang yang memberikan jawaban atas pertanyaan itu. Maksud mengadakan wawancara.

Seperti yang ditegaskan oleh Lincoln dan Guba (1985:266), antara lain: mengkonstruksi mengenai orang, kejadian, organisasi,

perasaan, motivasi, tuntutan, kepedulian dan lain-lain kebulatan; merekonstruksi kebulatan-kebulatan demikian sebagai yang dialami masa lalu; memproyeksikan kebulatan-kebulatan sebagai yang diharapkan pada masa yang akan datang; memveritifikasi, mengubah dan memperluas informasi yang diperoleh orang lain, baik manusia maupun bukan manusia (triangulasi); dan memveritifikasi, mengubah dan memperluas konstruksi yang dikembangkan oleh peneliti sebagai pengecekan anggota.

## 2. Studi Dokumentasi

Dalam penelitian ini, dokumentasi bisa berupa baha tertulis ataupun film dan dokumentasi dibagi menjadi atas dokumen pribadi dan dokumen resmi. Dokumen juga sudah lama digunakan karena bisa dimanfaatkan untuk menguji, menafsirkan bahkan prediksi. Dan dokumen yang peneliti gunakan untuyk mendukung penelitian ini adalah *fanspage* Dream.co.id itu sendiri.

## 3. Observasi Non-Partisipan

Dalam penelitian ini observasi dilakukan secara non-partisipan, artinya peneliti tidak turut serta dan tidak terlibat serta mencampuri pekerjaan seorang jurnalis akan tetapi hanya

menemani dan mengamati para jurnalis dalam melakukan aktivitasnya, serta menjaga jarak agar mereka tidak terganggu dengan kehadiran peneliti.

### **3.8.2 Data Sekunder**

Data sekunder yang penulis pilih adalah studi kepustakaan, menurut M. Nazir (1988:111) studi kepustakaan adalah teknik pengumpulan data dengan mengadakan studi penelaah terhadap buku-buku, literatur, catatan, dan laporan yang ada hubungannya dengan masalah yang dipecahkan.

Studi kepustakaan merupakan suatu kegiatan yang tidak dapat dipisahkan dari sebuah penelitian. Teori yang mendasari masalah dan bidang yang akan diteliti dapat ditemukan dengan melakukan studi kepustakaan. selain itu peneliti dapat menemukan penelitian yang sejenis berupa informasi maupun yang ada kaitannya dengan penelitiannya.

Roth (1986) menyebutkan bahwa untuk melakukan studi kepustakaan, perpustakaan merupakan suatu yang tepat guna memperoleh bahan-bahan dan informasi yang relevan untuk dikumpulkan, dibaca, dicatat, dikaji, dan dimanfaatkan. Setidaknya ada empat ciri utama studi kepustakaan, yaitu:

1. Peneliti berhadapan langsung dengan teks dan data angka dan bukunya dengan pengetahuan langsung dari lapangan atau saksi mata berupa kejadian, orang atau benda-benda lain.
2. Data pustaka umumnya adalah sumber sekunder yang bukan data orisinal dari tangan pertama di lapangan.
3. Kondisi data pustaka tidak dibatasi oleh ruang dan waktu.
4. Data pustaka bersifat siap pakai.

Peranan Studi kepustakaan sebelum penelitian sangat penting sebab dengan melakukan kegiatan ini, hubungan antara masalah, penelitian-penelitian yang relevan dan teori akan menjadi lebih jelas. Penelitian akan ditunjang oleh teori yang ada atau bukti nyata, yaitu hasil penelitian, kesimpulan dan saran.

### **3.9 Teknik Pengolahan Data**

Pada hakikatnya analisis data adalah sebuah kegiatan untuk mengatur, mengurutkan, mengelompokkan, memberi kode atau tanda, dan mengkategorikannya sehingga diperoleh suatu temuan berdasarkan fokus atau masalah yang ingin dijawab. Melalui serangkaian aktivitas tersebut, data kualitatif yang biasanya berserakan dan bertumpuk-tumpuk bisa disederhanakan untuk akhirnya bisa dipahami dengan mudah.

Bogdan & Biklen (1982) menyebutkan bahwa analisis data kualitatif adalah upaya yang dilakukan dengan jalan bekerja dengan data, mengorganisasikan data, memilah-milahnya menjadi satuan yang dapat dikelola, mensintesiskannya, mencari dan menemukan pola, menemukan apa yang penting dan apa yang dipelajari dan memutuskan apa yang dapat diceritakan kepada orang lain. Berikut adalah beberapa acuan yang digunakan dalam pengelolaan data:

#### 1. Transkrip Hasil Wawancara

Dibuat setelah peneliti mendapatkan data-data yang dibutuhkan dalam penelitian. Data-data yang telah terkumpul kemudian diorganisasikan dan hal-hal yang penting untuk disimpan dan diorganisasikan adalah:

- a. Data mentah (catatan lapangan, kaset hasil lapangan).
- b. Data yang sudah diproses sebagian (transkripsi wawancara, catatan refleksi peneliti).
- c. Catatan pencarian dan penemuanyang disusun untuk memudahkan pencarian berbagai kategori data.
- d. Dokumentasi umum yang kronologis mengenai pengumpulan data dan langkah analisis.
- e. Daftar indeks dari semua material.
- f. Teks laporan atau draft yang terus-menerus ditambah dan diperbaiki.

Smith (1995) menyarankan agar transkrip wawancara ataupun catatan lapangan dibuat sejelas dan sesimpel mungkin sehingga mudah untuk dipahami. Langkah-langkah penyusunan transkrip hasil observasi dan wawancara meliputi pengumpulan data, mencari kata kunci, kemudian menentukan tema yang dikategorikan menjadi beberapa sub tema dan dihubungkan dengan menggunakan pola.

## 2. Reduksi Data

Mereduksi data berarti merangkum, memilih hal-hal yang pokok, memfokuskan pada hal-hal yang penting, serta dicari tema dan polanya. Dengan demikian data yang telah direduksi akan memberikan gambaran yang lebih jelas, dan mempermudah peneliti untuk melakukan pengumpulan data selanjutnya, dan mencarinya apabila diperlukan. Reduksi data dapat dibantu dengan peralatan, seperti komputer, notebook, dan lain sebagainya.

Reduksi data merupakan proses berpikir sensitif yang memerlukan kecerdasan, keleluasaan, dan kedalaman wawasan yang tinggi. Bagi peneliti yang masih baru, dalam melakukan reduksi data dapat mendiskusikan dengan teman atau orang lain yang dipandang cukup menguasai permasalahan yang diteliti. Melalui diskusi itu, wawasan peneliti akan berkembang, sehingga dapat mereduksi data-data yang memiliki nilai temuan dan pengembangan teori yang signifikan.

Dalam mereduksi data, setiap peneliti akan dipandu oleh tujuan yang akan dicapai. Tujuan utama dari penelitian kualitatif adalah pada temuan.

Oleh karena itu, apabila peneliti dalam melakukan penelitian menemukan segala sesuatu yang dipandang asing, tidak dikenal, belum memiliki pola, justru itulah yang harus dijadikan perhatian peneliti dalam melakukan reduksi data. Reduksi Data Proses analisis data mestinya dimulai dengan menelaah seluruh data yang tersedia dari berbagai sumber. Setelah dikaji, langkah berikutnya adalah membuat rangkuman untuk setiap kontak atau pertemuan dengan responden. Dalam merangkum data biasanya ada satu unsur yang tidak dapat dipisahkan dengan kegiatan tersebut. Kegiatan yang tidak dapat dipisahkan ini disebut membuat abstraksi, yaitu membuat ringkasan yang inti, proses, dan persyaratan yang berasal dari responden tetap dijaga.

Dari rangkuman yang dibuat ini kemudian peneliti melakukan reduksi data yang kegiatannya mencakup unsur-unsur spesifik yaitu:

- Proses pemilihan data atas dasar tingkat relevansi dan kaitannya dengan setiap kelompok data.
- Menyusun data dalam satuan-satuan sejenis. Pengelompokan data dalam satuan yang sejenis ini juga dapat diekuivalenkan sebagai kegiatan kategorisasi/variable.
- Membuat koding data sesuai dengan kisi-kisi kerja penelitian. Kegiatan lain yang masih termasuk dalam mereduksi data yaitu kegiatan memfokuskan, menyederhanakan dan mentransfer dari data kasar ke catatan lapangan. Dalam penelitian kualitatif-naturalistik, ini merupakan kegiatan kontinyu dan oleh karena itu

peneliti perlu sering memeriksa dengan cermat hasil catatan yang diperoleh dari setiap terjadi kontak antara peneliti dengan responden.

### 3. Tipikasi Data

Penafsiran “tipikasi” dalam konteks fenomenologi di Indonesia dimaknai dangkal sebagai Pengelompokan pengalaman manusia. Pada prinsipnya tipikasi ialah sebuah pengelolaan, produksi makna yang dikelola, diorganisasikan berdasarkan hubungan dengan pengelolaan informasi atau pengalaman lain yang diterima oleh manusia pada masa sebelumnya. Dalam bahasa fenomenologi Schutz disebut dengan “*stock of knowledge*”, proses kumpulan pengalaman tersebut kemudian mempengaruhi makna yang terkonstruksi dalam pola pikir, gerak, sikap, perilaku dan dapat diaplikasikan, diimplementasikan secara nyata dalam realitas.

Tipikasi bukan sekedar pengetahuan yang terkonstruksi di dalam alam imajinasi, otak, atau pikiran individu semata, melainkan pengetahuan tersebut dapat diimplementasikan dalam bentuk tindakan nyata dalam dunia. Dimana manusia secara substantive melahirkan konsep pengalaman subjektif, dimana pengalaman subjektif tersebut ialah bentuk modal yang menjadikan manusia melakukan suatu tindakan riil. Pola tindakan merupakan cerminan, wujud, representasi dari makna yang dihadirkan dari pengalaman subjektif yang diorganisasikan oleh dirinya.

Tipikasi dimaknai dan ditafsirkan sebagai pemahaman atas dasar pengalaman bersama, dimana argumentasinya mencoba mengelompokkan manusia sebagai individu yang menyesuaikan diri, dimana individu ialah orang yang memainkan tipikal situasi tertentu. konsepsi fenomenologi ini mencoba menempatkan individu bukan sebagai orang yang mempunyai prinsip, namun individu yang berkompromi dengan pengalaman sejenis yang diakibatkan oleh interaksi yang dilakukannya sebagai makhluk sosial.

### **3.10 Keabsahan Data**

Dalam penelitian ini, data yang telah terkumpul akan diolah dan pengolahan data dilakukan dengan triangulasi, reduksi, penyajian data, penarikan kesimpulan.

#### **1. Triangulasi**

Triangulasi adalah teknik pemeriksaan keabsahan data yang memanfaatkan sesuatu yang lain di luar data sebagai pembanding terhadap data tersebut. Terdapat tiga macam triangulasi yaitu triangulasi dengan sumber, triangulasi dengan teknik, dan triangulasi waktu. Pada penelitian ini penulis menggunakan triangulasi dengan menggunakan sumber yaitu dengan cara mengecek data yang diperoleh melalui beberapa sumber. Pada penelitian ini, untuk menguji kredibilitas data pemanfaatan koleksi *e-book*, maka data yang diperoleh diujikan kepada pemustaka yang merupakan subyek dari penelitian serta disesuaikan dengan teori – teori yang ada.

## 2. Reduksi

Reduksi yaitu merangkum, memilih hal – hal pokok, dan memfokuskan pada hal-hal penting. Dengan begitu, data yang direduksi akan memberikan gambaran yang lebih jelas. Dalam penelitian ini, peneliti memfokuskan pada pemanfaatan koleksi *e-book* yang dilakukan oleh pemustaka.

## 3. Penyajian Data

Setelah data direduksi, langkah selanjutnya adalah menyajikan data. Data disajikan dalam bentuk teks yang bersifat naratif. Data disajikan dengan mengelompokkan sesuai dengan sub bab masing – masing.

## 4. Penarikan Kesimpulan

Setelah data di sajikan, langkah selanjutnya yaitu penarikan kesimpulan. Setelah menjabarkan berbagai data yang telah diperoleh, peneliti membuat kesimpulan yang merupakan hasil dari suatu penelitian.

Penelitian yang menggunakan metode kualitatif harus mengungkapkan sebuah kebenaran yang bersifat objektif karena hal ini menyangkut tentang sebuah keabsahan data yang sanagt penting. Melalui keabsahan data kredibilitas atau kepercayaan peneliti kualitatif dapat tercapai. Dalam penelitian ini untuk mendapatkan keadbsahan data dilakukan dengan triangulasi. Meolong (2007:330) mengatakan triangulasi adalah teknik pemeriksaan keabsahan data yang

memanfaatkan sesuatu yang lain di luar data itu untuk keperluan pengecekan atau sebagai perbandingan terhadap data itu.

Dalam penelitian ini pengujian keabsahan data dilakukan dengan cara triangulasi dimana memanfaatkan sesuatu yang lain diluar data untuk keperluan pengecekan atau sebagai pembanding terhadap data itu. Patton (1987:331) menyebutkan dalam hal ini jangan sampai banyak mengharapkan bahwa hasil perbandingan merupakan persamaan pandangan, pendapat atau pemikiran. akan tetapi ialah bisa melihat dan mengetahui adanya alasan-alasan terjadinya perbedaan tersebut.

Dengan metode triangulasi, peneliti dapat melakukan *check* ulang temuannya dengan jalan membandingkan dengan sumber, metode atau teori. Untuk itu peneliti dapat melakukannya dengan mengajukan berbagai macam variasi pertanyaan dan melakukan pengecekan ulang sumber data serta memanfaatkan berbagai metode agar pengecekannya kepercayaan dapat dilakukan.

### **3.11 Teknik Analisis Data**

Proses menganalisis data merupakan salah satu bentuk langkah kerja yang tersusun secara sistematis dan teratur dalam melakukan kegiatan penelitian. Data yang terkumpul mulai di kategorikan dan dipilah berdasarkan permasalahan. Untuk teknik analisis data pada penelitian fenomenologi adalah sebagai berikut:

- a. Peneliti memulai mengorganisasikan semua data atau gambaran menyeluruh tentang fenomena pengalaman yang telah dikumpulkan.
- b. Membaca data secara keseluruhan dan membuat catatan pinggir mengenai data yang dianggap penting kemudian melakukan pengkodean data.
- c. Menemukan dan mengelompokkan makna pernyataan yang dirasakan oleh responden dengan melakukan horizontaliting yaitu setiap pernyataan pada awalnya diperlakukan memiliki nilai yang sama. Selanjutnya, pernyataan yang tidak relevan dengan topik dan pertanyaan maupun pernyataan yang bersifat repetitif atau tumpang tindih dihilangkan, sehingga yang tersisa hanya horizons (arti tekstural dan unsur pembentuk atau penyusun dari phenomenon yang tidak mengalami penyimpangan).
- d. Pernyataan tersebut kemudian di kumpulkan ke dalam unit makna lalu ditulis gambaran tentang bagaimana pengalaman tersebut terjadi.
- e. Selanjutnya peneliti mengembangkan uraian secara keseluruhan dari fenomena tersebut sehingga menemukan esensi dari fenomena tersebut. Kemudian mengembangkan textural description (mengenai fenomena yang terjadi pada responden) dan structural description (yang menjelaskan bagaimana fenomena itu terjadi).

- f. Peneliti kemudian memberikan penjelasan secara naratif mengenai esensi dari fenomena yang diteliti dan mendapatkan makna pengalaman responden mengenai fenomena tersebut.
- g. Membuat laporan pengalaman setiap partisipan. Setelah itu, gabungan dari gambaran tersebut ditulis.

## BAB IV

### HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

#### 4.1 Sekilas Tentang Dream.co.id

Awal terbentuknya *web* Dream.co.id ialah bertemunya tim redaksi KapanLagi Network (KLN) dan dengan Ust. Yusuf Mansur, dimana Ust. Yusuf Mansur yang menyampaikan keinginannya akan sebuah media muslim yang serius dalam menggarap dan bermain di bidang Muslim *Lifestyle*. Hal ini dikarenakan pada waktu itu belum ada media-media Islam yang terjun ke dalam segmen tersebut, walaupun ada itu terbit hanya sekedar mingguan dan tidak harian seperti Dream.co.id.

Berusaha untuk membantu dan merealisasikan ide serta gagasan yang dilontarkan oleh Ust. Yusuf Mansur kepada redaksional KapanLagi Network (KLN), tim dari redaksional yang tergabung dalam grup KapanLagi Network (KLN) menggerakkan beberapa staff redaksional yang terdiri dari 6 staff editorial serta 5 orang reporter yang berinisiatif untuk mengembangkan ide dari gagasan tersebut untuk membentuk sebuah media penyebar informasi yang fokus menampilkan berita dan informasi yang bersifat Muslim *Lifestyle*. Portal berita Dream.co.id yang telah terbentuk kemudian dikelola oleh tim redaksi yang sudah sangat berpengalaman dan profesional, mereka merupakan 'lulusan' dari beberapa portal berita ternama, baik media konvensional maupun *online*.

Selama tahap pembentukan Dream.co.id selama 2 bulan lamanya terhitung sejak bulan Februari 2014 sampai dengan bulan April 2014. Para tim redaksi mulai menyiapkan konten-konten dan isi berita yang menarik untuk dipublikasikan ke dalam sebuah *web online* baru tersebut. Konten yang sudah dibuat lalu disimpan ke dalam *Template Database Server* milik perusahaan KapanLagi Network (KLN). Hal ini dilakukan ketika Dream.co.id sudah melakukan *launching* dan *online*, sudah memiliki konten-konten dan isi berita yang menarik untuk disimak dan dibaca serta mudah untuk menemukan informasi yang dibutuhkan.

Dream.co.id pertama kali *online* dan dapat diakses kekhlayak publik bertepatan dengan diadakannya sebuah *event Hijab Day* pada tanggal 27 April 2014 di Skenoo *Hall Gandaria City*. Pada saat itu pula semua tim redaksi yang berjumlah 11 orang berada di *Gandaria City* untuk melakukan peliputan berita secara langsung (*Live*) untuk pertama kalinya. Tim redaksi memanfaatkan moment *Hijab Day 2014* sebagai *Soft-Launching* Dream.co.id.

Falsafah dipilihnya nama Dream.co.id sendiri ialah dikarenakan nama tersebut telah menjadi slogan utama dari Ust. Yusuf Mansur yaitu '*Dream, Pray and Action*'. Kata '*Dream*' diambil oleh dewan redaksional karena memiliki arti 'Mimpi', dimana butuh keberanian untuk bermimpi, lalu setelahnya adalah Berdoa (*Pray*) dan melakukan Tindakan (*Action*). Para redaksional percaya bahwa '*Dream*' merupakan langkah awal seseorang untuk melakukan sesuatu.

Gambar 4.1



Sumber: WeAreSocial.sg, diakses pada tanggal 20 Januari 2016, jam 20:30 WIB.

Keterangan gambar ialah jumlah pengguna Facebook.com di Indonesia pada tahun 2014.

Berselang selama dua bulan setelah peluncuran portal berita Dream.co.id, para dewan redaksi mulai menambahkan beberapa etalase-etalase dalam penyebaran berita ke dalam media sosial, di antara media sosial yang ditangani adalah *fanspage* pada Facebook.com, akun Twitter, Instagram, Google+ dan *Newsletter* via Email. *Fanspage* saat ini secara tidak langsung menjadi etalase utama Dream.co.id dalam menyebarkan berita dan informasi. Hal ini beralasan

begitu banyaknya pengguna Facebook di Tanah Air yang memiliki akun media sosial dan akan sangat disayangkan bila melewatkan kekuatan sebesar itu yang tidak dimanfaatkan untuk menyebarkan informasi secara viral.

#### **4.1.1 Visi dan Misi Dream.co.id**

Dream.co.id merupakan salah satu wadah portal berita yang mengusung konsep bersifat islami yang dapat diterima oleh pembaca dari kalangan manapun. Untuk itu Dream.co.id mempunyai visi yang merupakan sebuah tujuan besar yang akan dicapai nantinya serta misi yang merupakan cara atau tujuan yang harus dicapai dalam jangka waktu pendek.

Dream.co.id selalu konsisten dalam menyajikan konten-konten berita terbaru guna memenuhi kebutuhan informasi para penggunanya. Untuk itu Dream.co.id menetapkan visi dan misinya sebagai berikut:

##### **1. Visi Dream.co.id**

Menyediakan konten-konten yang berisi serta menjadi rujukan bagi pembaca situs berita, khususnya muslim, dengan konten-konten muslim *lifestyle*, berita bisnis syariah, kegiatan komunitas dan laporan khusus yang disajikan untuk para pembaca (*users*).

## 2. Misi Dream.co.id

Misi Dream.co.id adalah merangkul para *blogger* maupun komunitas *blogger*, pebisnis muslim, dan toko *online* muslim untuk turut andil memberikan advetorial dan konten-konten informasi seputar tips dan trik ke redaksi Dream.co.id guna bisa tumbuh bersama.

### 4.1.2 Program Kerja Dream.co.id

Redaksi Dream.co.id memiliki beberapa program kerja yang akan dilakukan, antara lain adalah sebagai berikut:

#### **Program Kerja Jangka Pendek:**

1. Menambahkan sasaran atau target audien kepada para *traveler* serta mendorong untuk berbagi pengalaman untuk dituangkan ke dalam sebuah *blog* atau *web*.
2. Mengembangkan sistem *web* serta kanal baru *travel.dream.co.id* guna menambah sasaran *audiens* baru.
3. Melakukan pemeliharaan rutin atau *maintenance* terhadap *web* Dream.co.id dan juga *fanspage* Dream.co.id.
4. Memperbanyak konten-konten bacaan yang bersifat inspirasi dan berita-berita yang terbaru setiap harinya.

5. Mengembangkan dan mengelola konten-konten yang diberikan *blogger* agar bisa dinikmati oleh para pengguna media sosial Facebook.com.
6. Turut aktif dalam mencari *blogger-blogger* yang ingin tumbuh kembang bersama Dream.co.id dengan meningkatkan jumlah pengunjung *web* (*Traffic*).
7. Mengadakan kumpul bareng bersama para hijaber dan *blogger-blogger* maupun bersama toko *online*.

#### **Program Kerja Jangka Panjang:**

1. Mengadakan *travel trip* setahun sekali dengan harga yang sangat murah dan hanya diikuti oleh beberapa orang.
2. Mencari dan menggandeng Sponsor dan *Vendor* untuk bekerja sama dengan Dream.co.id dalam melakukan acara atau kegiatan tertentu.
3. Mengadakan kegiatan kompetisi hijab *talent 'Dream Girls'* bagi para pembaca *Dream*, baik dari kalangan Hijaber, Blogger maupun Toko *Online*.
4. Mengadakan kegiatan ulang tahun Dream.co.id yang diisi dengan *talkshow* serta tips and trik tentang bermake-up dan bagaimana membangun usaha di media sosial.

5. Meningkatkan kemampuan dan kinerja media Dream.co.id beserta *fanspage* guna mengembangkan kualitas penyebaran informasi.

#### 4.1.3 Logo/Lambang Dream.co.id

Dream.co.id memiliki logo atau lambang yang menandakan simbol mereka dan juga makna yang menjadi identitas serta pedoman Dream.co.id.



Gambar 4.2: Logo Dream.co.id

Gambar di atas merupakan lambang ataupun logo simbolik redaksi Dream.co.id yang memiliki beberapa keterangan warna sebagai berikut:

1. Warna Dasar : Putih/Transparan
2. Huruf : Biru, Merah, Orange, Kuning, Hijau, Merah Muda dan Abu-Abu.

Arti:

Pengertian warna logo *Dream* yang berada pada gambar tersebut melambangkan bahwa banyaknya warna diibaratkan seperti sebuah

'Pelangi' yang akan indah bila dilihat. Hal ini dilatar belakangi dengan banyaknya keberagaman dalam Islam yang saling bergandengan tangan satu dengan yang lainnya tanpa adanya dominasi satu dengan yang lainnya. Sedangkan untuk warna pada kata '.CO.ID' dan 'MUSLIM LIFESTYLE' yang berwarna abu-abu yang lebih mengacu pada estetika keindahan yang lebih menonjolkan keberagaman warna tersebut.

Nama *Dream* sendiri itu melambangkan sebuah mimpi yang diberi nama oleh Ust. Yusuf Mansur yang berkali-kali mengucap tiga kata setiap kali ceramah yaitu: *Dream, Pray, Action*. Kata-kata tersebut menggambarkan sebuah usaha dan doa agar mimpi bisa terwujud. Sedangkan untuk kata *Muslim Lifestyle* sendiri lebih mengacu pada segmentasi pasar yang kita tuju. (*Sumber: Hasil Wawancara Dengan Ismoko Widjaya selaku Wakil Pimpinan Redaksi Dream.co.id*)

#### **4.1.4 Target Audien**

Dalam kategorial yang disusun, *Dream.co.id* memiliki target audien yang sebagai berikut:

Usia/Tahun : 20-35

Pendidikan : SMA - S2

Kelas : A-B

Target Pengunjung /hari : 2 juta pengunjung

\*Dalam Kelas / *Expenditure* ialah besarnya pengeluaran rata-rata perbulan oleh tiap individu untuk memenuhi kebutuhannya dan tidak termasuk tabungan.

*Expenditure* dalam kelas-kelas:

A = Di atas Rp. 3.500.000 / bulan

B = Rp. 2.000.001 - Rp. 3.500.000 / bulan

C = Rp. 1.000.001 - Rp. 2.000.000 / bulan

dst.

Meskipun Dream.co.id menetapkan target audien seperti di atas, pihak redaksional menyadari bahwa dalam penggunaan media sosial informasi bisa dilihat oleh siapa saja, terutama oleh pengguna yang memiliki akun media sosial dan jaringan internet yang memadai. Untuk bisa melihat data *traffic* pengunjung Dream.co.id, bisa dilihat melalui gambar dihalaman selanjutnya.

## Who visits dream.co.id

### Audience Demographics

How similar is this site's audience to the general internet population

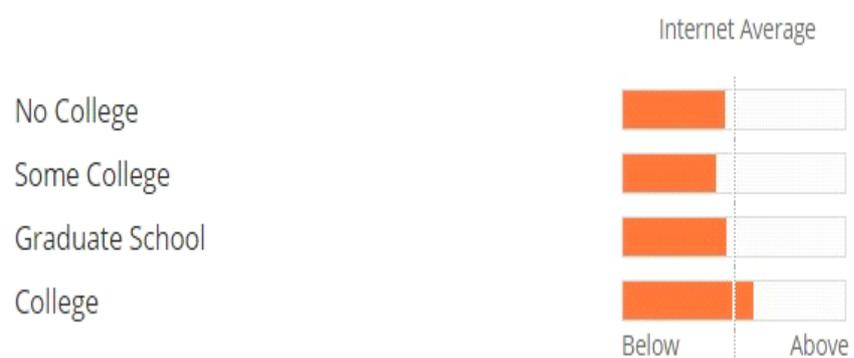
#### Gender



#### Browsing Location



#### Education



Gambar 4.3: Sumber: [Alexa.com/dream.co.id](https://www.alexa.com/dream.co.id) - *Site Overview*, diakses

pada tanggal 20 Januari 2016, jam 20:00 WIB.

Keterangan dalam persentase (%) per kategori:

Berdasarkan Jenis Kelamin:

*Male/Pria* : 90%

*Female/Wanita* : 26%

Berdasarkan Akses Lokasi:

*Home/Rumah* : 47%

*School/Sekolah* : 18%

*Work/Kantor* : 70%

Berdasarkan Pendidikan:

*No College/Tidak Kuliah* : 47%

*Some Collage/ Mahasiswa* : 44%

*Graduate School/SMA & Sederajat* : 48%

*Collage/Sarjana* : 65%

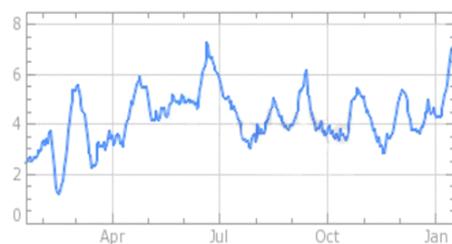
Berdasarkan Google *Analytics* yang digunakan oleh tim redaksi Dream.co.id, jumlah pengguna media sosial yang mengunjungi Dream.co.id

mencapai 3 juta pengunjung setiap harinya. Pengguna terbanyak yang mengunjungi Dream.co.id ialah melalui *fanspage* Dream.co.id yang berada dimedia sosial Facebook.com. Persentase berapa banyak pengunjung yang mendatangi *web* Dream.co.id bisa dilihat dalam gambar dibawah ini:

Where do dream.co.id's visitors come from?

#### Search Traffic

What percentage of visits to this site come from a search engine?



Search Visits

**4.30%** ▲ 10.00%

#### Upstream Sites

Which sites did people visit immediately before this site?

Site	Percent of Unique Visits
1. facebook.com	30.4%
2. merdeka.com	10.3%
3. google.co.id	4.6%
4. google.com	4.4%
5. yahoo.com	3.8%

How engaged are visitors to dream.co.id?

Bounce Rate

**35.30%**

Daily Pageviews per Visitor

**3.25** ▼ 14.92%

Daily Time on Site

**4:36** ▼ 18.00%

Gambar 4.4: Sumber: Alexa.com/dream.co.id - *Site Overview*, diakses pada tanggal 20 Januari 2016, jam 20:00 WIB.

Keterangan:

30.4% pengunjung mendatangi Dream.co.id melalui *fanspage* pada laman Facebook.com

10.3% pengunjung mendatangi Dream.co.id melalui *web* Merdeka.com

4.6% pengunjung mendatangi Dream.co.id melalui *Google Search* di Google.co.id

4.4% pengunjung mendatangi Dream.co.id melalui *Google Search* di Google.com

3.8% pengunjung mendatangi Dream.co.id melalui portal *sharing* berita di Yahoo.com

4.30% atau naik 10% pengunjung perharinya.

35.30% *Bounce Rate* (Keadaan dimana pembaca setelah mengunjungi satu berita lalu keluar dan masuk ke dalam berita lain)

3.25 atau 14.92% *Daily Page per Visitor* (Sebuah kondisi dimana pengunjung rata berapa sesi/berita yang dilihat)

4:36 atau turun 18% *Daily Time on Site* (Keadaan seberapa lama *users* mengunjungi Dream.co.id).

### **4.1.5 Struktur Dewan Redaksi**

Berikut adalah struktur dewan redaksi situs Dream.co.id yang mengelola *fanspage* di Facebook.com sekaligus untuk media sosial lainnya, yaitu:

**Pemimpin Redaksi:**

Didik Supriyanto

**Wakil Pemimpin Redaksi:**

Ismoko Widjaya

**Redaktur Eksekutif:**

Syahid Latif

**Redaktur:**

Eko Huda Al Simbari

Sandy Adam Mahaputra

Vinda Prashita

Kusmiyati

**Asisten Redaktur:**

Ahmad Baiquni

Puri Yuanita Yuwono

Dwi Ratih

Ramdania El Hida

Irma Suryani

**Reporter:**

Maulana Kutsar

Adkeus Galuh

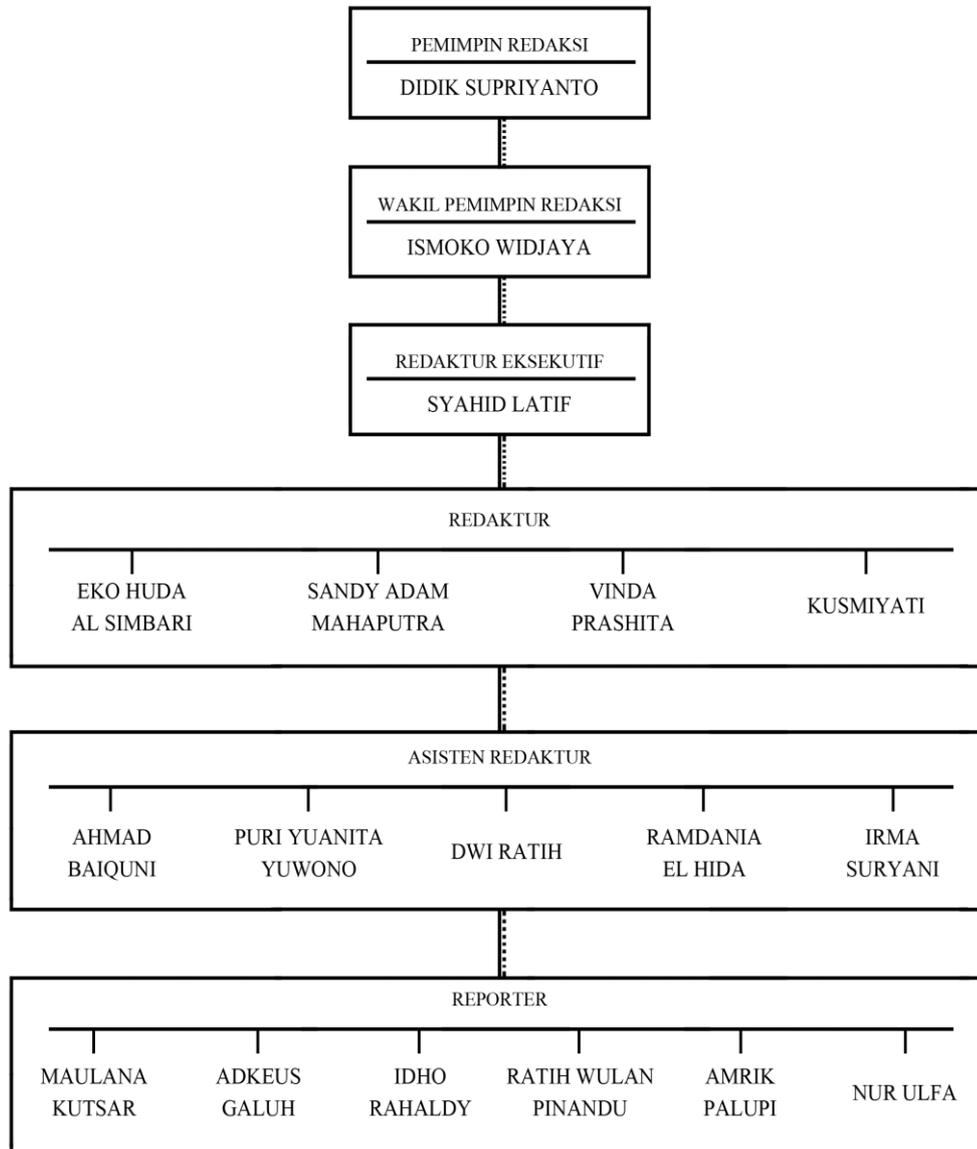
Idho Rahaldy

Ratih Wulan Pinandu

Amrik Palupi

Nur Ulfa

Struktural dewan redaksi Dream.co.id bisa dilihat melalui tabel di halaman berikutnya beserta jalur perintah kerja.



#### 4.5 Bagan Struktur Dewan Redaksi Dream.co.id, *update* terakhir pada 25

Januari 2016

## 4.2 Hasil Penelitian

Pada bagian ini peneliti akan menguraikan sejumlah temuan-temuan yang didapatkan dari lapangan. Pada hasil penelitian "Fenomena Jurnalis Dalam Memanfaatkan Media Sosial (Studi Fenomenologi Tentang *Fanspage* Dream.co.id Dalam Media Sosial Facebook.com)" yang akan diuraikan dan dibahas pada bab ini. Data di dapatkan dari hasil wawancara dan observasi langsung oleh peneliti di Kantor Redaksi Dream.co.id.

### 1. Wawancara dengan Ismoko Widjaya (Informan 1)

Bapak Ismoko menjelaskan pemanfaatan yang dilakukan jurnalis dalam menyebarkan informasi adalah dengan cara mempublikasikan sebuah berita kedalam media sosial Facebook dengan menggunakan penggunaan kata (*wording*) yang baik sehingga menentukan pemberitaan tersebut dapat dibaca dengan bahasa yang santai atau tidak.

*Saya memanfaatkan fanspage yang ada pada media sosial Facebook.com dengan cara memposting berita yang ada untuk dipublikasikan kedalam Facebook. Kita menggunakan bahasa-bahasa yang ringan dan mudah dipahami oleh masyarakat dari berbagai kelas agar mereka tertarik untuk membaca berita yang kami sajikan. Jika meminjam istilah mas Eko kita menggunakan wording yang baik, dimana wording tersebut yang menentukan apakah berita tersebut dapat dibaca dengan bahasa yang luwes atau tidak. Jadi kita memanfaatkan semaksimal mungkin fitur-fitur dari sosial media.*

Tujuan dalam pemanfaatan media sosial Bapak Ismoko menerangkan bahwa banyaknya pengguna medium tersebut yang sudah mencapai 70 juta

menjadi sebuah kekuatan yang dapat menjangkau orang-orang dengan biaya yang murah.

*Pengguna media Facebook di Indonesia yang kurang lebih mencapai 70 juta pengguna dan sudah tembus 1 milyar diseluruh dunia menjadikan Facebook sebagai 'Negara' dengan penduduk terbesar di dunia keempat setelah China, India, Amerika lalu Facebook. Dengan kekuatan pengguna seperti itu Facebook memiliki kekuatan untuk menjangkau seluruh orang diseluruh dunia termasuk di Indonesia yang memiliki demografi yang begitu besar. Tujuan utamanya adalah untuk memaksimalkan mencari pembaca dan menyebarkan informasi bagi kalangan masyarakat yang menggunakan akun media sosial terutama Facebook dengan biaya yang murah.*

Selain itu, untuk menghindari pemberitaan yang tidak jelas Bapak Ismoko melakukan verifikasi informasi kepada pihak terkait guna memberikan informasi yang valid dan akurat dalam sebuah berita.

*Bila ada berita-berita yang memiliki sifat cepat menyebar seperti kejadian bom di Sarinah kemarin, saya selalu menghubungi pihak terkait guna memberikan konfirmasi atas berita yang terjadi, kami melakukan konfirmasi terhadap narasumber.*

Oleh karena itu Bapak Ismoko memandang pemanfaatan *fanspage* pada media sosial facebook sebagai salah satu promosi yang sangat efektif dan murah karena penyebaran informasinya yang sangat luas sekali.

*Media sosial memang fenomenal sebagai salah satu promo, sangat efektif dan murah daripada menggunakan promo pada media lain. Jadi saya memaknainya sebagai media yang digarap oleh teman-teman jurnalis dengan efek penyebaran berita yang sangat luas dan merupakan sebuah pemilihan yang media yang tepat bila digunakan dalam menyebarkan informasi. Karena banyaknya pengguna Facebook di Indonesia yang sudah mencapai 70 juta pengguna, dengan pengguna yang seperti itu efek dari penyebaran informasi akan sangat meluas sekali dan budaya seperti ini akan terus bertahan selama beberapa dekade kedepan.*

## 2. Wawancara dengan Syahid Latif (Informan 2)

Syahid Latif menerangkan dalam memanfaatkan *fanspage* Dream.co.id pada media sosial Facebook tidak jauh berbeda dengan jawaban Pak Ismoko yang memilih berita menarik untuk dibaca yang kemudian dimasukkan kedalam *fanspage* dan disertai alinea pengantar.

*Dalam memanfaatkan media sosial kita memilih berita apa yang menurut kita berita tersebut menarik untuk dibaca, jadi tidak semua berita yang ada di web Dream.co.id kita masukkan kedalam fanspage. Kemudian kita buat beberapa alinea pengantar dan disertakan link yang terhubung kedalam berita tersebut kedalam media sosial.*

Tujuan dalam memanfaatkannya adalah untuk menyebarkan informasi secara cepat dan menjangkau orang-orang yang lebih banyak agar masyarakat dengan mudah memperbarui informasi yang mereka butuhkan.

*Pemberitaan media sosial yang kita lakukan pada umumnya untuk menyebarkan informasi secara instan dan menjangkau orang-orang lebih banyak sekaligus ajang promosi agar membantu masyarakat dengan mudah memperbarui informasi yang mereka butuhkan.*

Oleh karena hal tersebut Syahid Latif memandang pemanfaatan *fanspage* yang dilakukan oleh jurnalis Dream.co.id sebagai media yang membantu dalam menyebarkan informasi dan hal yang positif.

*Dengan adanya Facebook membantu kita dalam menyebarkan informasi lebih luas. Kami memandang sebagai sebuah hal yang positif dalam menyebarkan ke orang-orang. Media sosial sudah berkembang sangat pesat tidak seperti dulu dan pemilihan media sosial merupakan pemilihan media yang tepat dalam menyebarkan informasi. kemungkinan-kemungkinan aktifitas atau pekerjaan akan dilihat orang itu semakin tinggi, karena sekarang hampir setiap orang itu punya akun*

*media sosial, jadi mereka bisa mengakses berita melalui smartphone mereka jadi disitulah kami memandang sebuah eksistensi diri jurnalis dalam menyebarkan berita.*

### **3. Wawancara dengan Eko Huda (Informan 3)**

Eko Huda memanfaatkan *fanspage* Dream.co.id dalam menyebarkan berita pada media sosial tidak jauh berbeda dengan jawaban yang diberikan oleh Bapak Ismoko dan Syahid dalam memilih berita yang sedang menjadi topik hangat sehingga diulas pada *fanspage* tersebut agar menarik minat membaca para pengguna media sosial Facebook.

*Yah, kami memilih berita yang sedang menjadi trending topic saat ini, lalu kami tulis ulang pada fanspage Dream dengan menyertai link dan gambar pendukung atau ilustrasinya lalu kami posting ke dalam media sosial kami. Kami juga memberikan berita-berita yang inspiratif dan menarik agar pengguna media sosial mau membaca dari fanspage kami.*

Eko juga menjelaskan jika medium tersebut mendapat tanggapan yang sangat responsif dari para pembaca dan menjadi salah satu penyumbang dalam meningkatkan *tarffic* pengunjung.

*Kalau saya memanfaatkannya sebagai media penyebaran informasi yang paling cepat mendapatkan tanggapan dari pembaca. Karena pembaca yang mengunjungi Dream.co.id itu berasal dari etalase kami yang ada di media sosial Facebook yaitu fanspagenya tadi.*

Dari pengalaman yang dilalui selama bekerja di Dream.co.id, Eko memandang bahwa pemanfaatan dalam penggunaan media sosial merupakan sebuah terobosan terbaru dalam menampilkan berita atau informasi.

*Yah saya pribadi sih melihat sebagai sebuah terobosan terbaru meskipun hal ini sudah mainstream atau umum dilakukan oleh media-media lainnya. Tapi di sini saya melihat pada terobosan dimana media muslim menghadirkan informasi-informasi yang di update setiap hari pada sebuah fanspage di media sosial Facebook.com. Dimana media tersebut membuat sebuah wording atau pengantar di Facebook itu semenarik mungkin sehingga beritanya menjadi menarik bagi pengguna media sosial lalu diklik oleh pengguna media sosial.*

#### **4. Wawancara dengan Dwi Ratih (Informan 4)**

Dwi Ratih memanfaatkan *fanspage* Dream.co.id dalam menyebarkan berita pada media sosial dengan cara mengemas isi pemberitaannya semenarik mungkin sesuai dengan target pembaca yang dibidik.

*Setiap membuat informasi atau berita di web Dream.co.id, saya bertanya ke redaktur apakah berita yang saya buat bisa dimuat kedalam fanspage? Karena tidak semua berita yang kami muat di web tidak kesemuanya masuk kedalam fanspage. Karena saya memegang kanal community yang ada pada web Dream, maka saya menargetkan para hijaber, traveler, dan toko online maka saya menyugahi berita-berita yang mengarah ke hijaber, traveler dan toko online tadi. Kita kemas pemberitaannya semenarik mungkin.*

Selain itu tujuan dalam memanfaatkan media sosial di Facebook agar lebih cepat disampaikan kepada khalayak publik yang membutuhkan informasi-informasi baru yang menarik maupun inspiratif.

*Tujuannya yah agar pemberitaan yang teman-teman jurnalis lakukan di sini agar lebih cepat disampaikan kepada publik. Karena setiap harinya selalu ada informasi-informasi yang baru, jadi kita cari informasi yang tidak hanya didalam negeri saja tapi berita-berita menarik dan inspiratif dari luar negeri juga.*

Hal ini membuat Dwi Ratih memandang pemanfaatan media sosial sebagai salah satu sumber informasi yang ideal bila dimanfaatkan sebagai mediaum penyebar informasi.

*Untuk sekarang tuh masyarakat Indonesia itu punya media sosial digunakan sebagai salah satu sumber informasi yah, jadi kalo para jurnalis atau orang-orang media memanfaatkan media sosial semacam Facebook yah itu merupakan pemilihan media yang bagus. Jadi saya memandangnya sebagai sebuah perkembangan yang sangat ideal sebagai medium penyebaran berita.*

## **5. Wawancara dengan Sandy Adam (Informan 5)**

Sandy Adam memanfaatkan *fanspage* Dream.co.id dalam menyebarkan berita pada media sosial dengan membagikan berita (*share*) sehingga ada interaksi sesama pengguna yang berdampak pada kemudahan jurnalis dalam menggali informasi.

*Jika ditanya bagaimana memanfaatkan media sosial, kita memanfaatkannya dengan melihat respon pengguna dalam menghadapi pemberitaan di media sosial, lalu kita share karena ada input dan outputnya, jadi ada partisipan dan interaksi sesama penggunanya yang bisa kita kembangkan lebih dalam lagi, jadi saling interaktif sehingga tidak kesulitan dalam mencari informasi dan harus kita cek uji keakurasiannya.*

Sandy juga menjelaskan tujuan dalam memanfaatkan media sosial yang lebih mudah menjangkau para pembaca dan tidak perlu repot dalam membuka *web* yang dituju satu-persatu.

*Sebenarnya dengan adanya media sosial lebih mudah kita untuk menjangkau pembaca, jadi tujuan memanfaatkannya yang pertama sudah*

*jelas, selain itu agar orang-orang tidak membuka layer web yang terlalu banyak dan harus buka satu-satu, jadi proses publikasi kemasyarakat bisa menyeluruh kedalam berbagai kalangan, karena terkadang yang kita lihat didata pengunjung Dream.co.id itu kebanyakan mengunjunginya melalui Fanspage Dream yang ada di Facebook. Lalu yang kedua agar berita yang disajikan bisa dengan cepat dibaca oleh orang-orang.*

Hal inilah yang membuat Sandy memandang pemanfaatan media sosial tidak jauh berbeda dengan media konvensional seperti televisi maupun koran yang apapun itu harus dikonfirmasi lagi kebenarannya.

*Sekarang media sosial tidak ada bedanya dengan media konvensional. Sekarang orang bisa tahu berita dari sosial media yang harus dilihat lagi dari unsur jurnalisnya apakah valid atau tidak, agar lebih mudah mendapat informasi lagi, tapi informasi sosial media ini bersifat umum yang harus dikonfirmasi lagi kebenarannya. Pemanfaatan dalam hal ini pada media sosial Facebook kan, kita melihatnya sudah pas. Karena ini etalase kami dalam menyebarkan berita dan masih banyaknya pengguna media sosial Facebook yang masih menggunakannya sampai sekarang, hal ini menunjukkan bahwa Facebook sebagai salah satu pengguna terbanyak di dunia bisa dengan cepat menyebarkan berita secara viral.*

## **6. Wawancara dengan Idho Rahaldy (Informan 6)**

Idho Rahaldy memanfaatkan fanspage Dream.co.id dalam menyebarkan berita pada media sosial dengan cara memanfaatkan fanspage milik media-media yang terafiliasi dengan KapanLagi Network yang sudah ada terlebih dahulu.

*Saya memanfaatkan medsos karena masih banyaknya pengguna Facebook yang menggunakan media ini sebagai pencari berita, bagaimana kita memanfaatkannya? Kita memanfaatkan para pengguna tersebut untuk menyukai laman kami yang sebelumnya kami melakukan crosspromotion pada fanspage KapanLagi.com dan Merdeka.com lalu memanfaatkan juga konten-konten yang kami punya yang ada di Dream.co.id dan dimasukkan kedalam fanspage tersebut.*

Hal tersebut juga dimanfaatkan Idho yang bertujuan untuk mempublikasikan berita-berita yang ia buat sekaligus kontrol terhadap pengguna yang melakukan *spamming*.

*Tujuannya yah itu tadi, sebagai tempat bagi saya untuk mempublikasikan berita dan agar orang-orang membaca artikel yang kita buat sekaligus kontrol terhadap pengguna-pengguna yang melakukan spamming atau berkomentar yang tidak pada tempatnya, seperti berjualan atau melakukan sebuah promosi.*

Idho juga memandang pemanfaatan dalam media sosial Facebook sebagai sebuah medium yang memberikan informasi kepada para pengguna media itu sendiri.

*Pemanfaatan dalam media sosial sebagai sebuah media yang memberikan informasi kepada para pengguna media sosial itu sendiri. Karena banyak sekali pengguna media sosial yang memanfaatkannya sebagai media eksistensi diri mereka dan juga sebagai pencari informasi dalam menambah pengetahuan. Akan sangat jarang untuk ditemui pengguna media sosial yang mencari berita langsung kedalam portal beritanya.*

## **7. Wawancara dengan Irma Suryani (Informan 7)**

Irma Suryani memanfaatkan *fanspage* Dream.co.id dalam menyebarkan berita pada media sosial Facebook dengan mengajak teman-teman yang ada dalam daftar pertemanan untuk melihat informasi dari *fanspage* Dream.co.id.

*Karena pemberitaan yang bersifat online dan cepat dikonsumsi oleh pengguna media sosial, saya memanfaatkannya dengan cara mengajak teman-teman yang ada di friendlist untuk menyukai laman fanspage Dream.co.id. Selain itu kita juga memposting berita-berita yang lagi hangat-hangatnya dalam media sosial maupun realita yang ada.*

Dalam memanfaatkan media sosial Irma bertujuan untuk menyebarkan informasi untuk dikonsumsi oleh pengguna media sosial Facebook tersebut dan meningkatkan jumlah pengunjung yang berimbas pada kerja sama dengan pelaku sponsor.

*Tujuan utamanya yah untuk menyebarkan informasi untuk dikonsumsi oleh pengguna media sosial terutama Facebook. Selain itu tujuan lainnya yah meningkatkan traffic pengunjung karena ini berimbas pada kerjasama dengan vendor-vendor yang memiliki sasaran marketing terhadap orang yang memiliki minat terhadap muslim lifestyle.*

Hal ini membuat Irma memandang pemanfaatan media sosial oleh para jurnalis sebagai media yang membantu para wartawan dalam mengumpulkan dan menyebarkan berita.

*Tidak bisa dipungkiri media sosial sistem penyebarannya sangat cepat, jadi sangat membantu sekali para wartawan dalam mengumpulkan berita yang lebih update. Penggunaan media sosial yang lebih banyak berkontribusi dalam membantu jurnalis mengumpulkan dan menyiarkan berita. Jadi dimanfaatkan oleh jurnalis yang ada di Dream merupakan pemilihan yang sangat tepat. Saya memaknainya sebagai peralihan media, dimana media kini tidak bersifat satu arah tapi juga dua arah.*

## **8. Wawancara dengan Puri Yuanita (Informan 8)**

Kegiatan yang dilakukan Puri Yuanita dalam memanfaatkan *fanspage* Dream.co.id dalam menyebarkan berita pada media sosial Facebook.com tidak jauh berbeda dengan melakukan *update* status di Facebook dan menyajikannya dengan cara yang simpel namun padat akan informasi.

*Normalnya seperti kegiatan melakukan update status di Facebook, yah kita mempublikasikan berita kedalam fanspage tersebut dengan berita yang beragam, kita memanfaatkan semua itu dan kita kemas dengan cara menyajikannya dengan sesimpel mungkin namun padat akan informasi.*

Dalam memanfaatkan *fanspage* ini Puri bertujuan untuk membantu pengguna yang memiliki mobilitas tinggi dalam mencari informasi dan menyajikannya dalam satu wadah.

*Di sosial media lebih mudah daripada mengakses ke websitenya, jadi lebih mudah dalam mendapatkan artikel-artikel beritanya. Selain itu pengguna media sosial Facebook sudah mencapai puluhan juta pengguna, di sini saya juga membantu mobilitas mereka dalam memenuhi kebutuhan mereka akan informasi. Dengan kesibukan yang padat terkadang orang-orang malas untuk membuka langsung ke web. Mereka lebih senang membuka media sosial seperti Facebook, Twitter, Path, Instagram dan lain-lain, karena itu kami membantu mereka untuk memudahkan mendapatkan informasi.*

Oleh sebab itu Puri memandang pemanfaatan yang dilakukan jurnalis Dream.co.id dalam memanfaatkan media sosial Facebook sebagai langkah efektif dalam mencari informasi.

*Saya memandang pemanfaatan media sosial sebagai langkah yang bersifat efektif dalam mencari informasi dan secara tidak langsung berdampak pada wawasan seseorang dan menjadi alternatif sebuah solusi baru buat masyarakat, karena para pengguna media sosial dapat melakukan interaksi sosial dan juga mendapatkan pemenuhan kebutuhan informasi dalam satu aktivitas.*

## 9. Wawancara dengan Ahmad Baiquni (Informan 9)

Ahmad Baiquni memanfaatkan *fanspage* Dream.co.id dalam menyebarkan berita pada media sosial Facebook.com dengan cara yang hampir sama dengan update status dan memberikan berita-berita yang menarik.

*Pada proses sekarang ini memanfaatkan media sosial sangat mudah sekali layaknya kita update status lalu memasukkan foto atau link web. Sempel sekali. Jadi tinggal memilih berita pada kanal tertentu lalu mempublikasikannya kedalam sebuah fanspage yang ada pada Facebook.*

Di samping itu dalam pemanfaatan media sosial Facebook Ahmad Baiquni bertujuan agar konten yang disebarkan dapat dibaca oleh publik dan mengajak orang-orang untuk meleak informasi.

*Sebenarnya dalam memanfaatkan media sosial tujuan terpentingnya adalah kita menyebarkan berita atau konten-konten yang bisa dikonsumsi oleh publik dan mengembangkan pengetahuan mereka. Tujuan jangka panjangnya adalah mengajak orang-orang untuk meleak informasi.*

Berawal dari tujuan tersebut membuat Baiquni memandang pemanfaatan *fanspage* pada media sosial Facebook sebagai sebuah hal sangat penting dan inovatif untuk bisa mendapatkan informasi tanpa adanya batasan-batasan yang menghalangi mereka untuk mendapatkan informasi.

*Saya memandang sebagai sebuah hal yang sangat penting dan bersifat inovatif yang memudahkan para pengguna media sosial untuk bisa mengakses berita tanpa ada batasan-batasan yang menghalangi mereka untuk mendapatkan informasi. Dari situ efektifitas yang tersebar begitu cepat dan pengaruhnya yang sangat besar. Selain itu penggunaan media sosial oleh para jurnalis bisa dikatakan sebagai sebuah pembaharuan dalam menyebarkan berita.*

## 10. Wawancara dengan Indra Nugraha (Informan 10)

Indra Nugraha memanfaatkan *fanspage* Dream.co.id dalam menyebarkan berita pada media sosial Facebook.com dengan cara menyajikan berita-berita yang menarik untuk dibaca dan berbagi kepada pengguna lainnya.

*Saya memanfaatkan media sosial sesuai dengan target Dream dalam menggarap pembaca pada media sosial Facebook. Karena tagetnya adalah pengguna-pengguna yang ada di media sosial, saya memanfaatkan sebagai medium penyebar berita dengan cara menyajikan berita-berita yang menarik untuk dibaca dan berbagi berita kepada pengguna-pengguna lain. Proses penyuntingan yang bersifat simpel dan tidak memakan waktu yang lama membuat saya tidak merasa kesulitan dalam mempublikasikan informasi. Memilih informasi yang sesuai lalu dimasukkan kedalam fanspage.*

Selain itu tujuan Indra dalam memanfaatkan *fanspage* Dream.co.id pada media sosial Facebook.com ialah untuk menyebarkan informasi kepada publik tanpa harus menyembunyikan berita.

*Tujuan utama yang sangat penting ialah untuk menyebarkan berita kepada publik. Karena kita sebagai institusi media harus memberikan informasi-informasi yang ada kepada publik tanpa harus menyembunyikan atau menutup-nutupi berita dari khalayak ramai.*

Hal ini yang membuat Indra dalam memandang pemanfaatan media sosial Facebook oleh para jurnalis sebagai salah satu penyedia sumber informasi pada media sosial.

*Saya memandang sebagai sebuah salah satu penyedia sumber informasi yang ada pada media sosial dan menjadi senjata bagi media-media besar dalam menyebarkan berita. Karena hal ini berkaitan dengan erat tentang fungsi media sosial yang digunakan sebagai media interaksi dengan antar pengguna yang saling bertukar dan mengirimkan informasi-informasi yang bermanfaat.*

**Tabel 4.1**  
**Latar Belakang Jurnalis Menyukai Laman Dream.co.id**

No	Informan	Alasan
1	Ismoko Widjaya	Mendapatkan Informasi
2	Syahid Latif	Mendapatkan Informasi
3	Eko Huda	Mendapatkan Informasi
4	Dwi Ratih	Mendapatkan Informasi
5	Sandy Adam	Mendapatkan Informasi
6	Idho Rahaldy	Mendapatkan Informasi
7	Irma Suryani	Mendapatkan Informasi
8	Puri Yuanita	Mendapatkan Informasi
9	Ahmad Baiquni	Mendapatkan Informasi
10	Indra Nugraha	Mendapatkan Informasi

Berdasarkan tabel diatas dalam kategori alasan jurnalis menyukai *fanspage* Dream.co.id dari 10 orang jurnalis (informan) alasan mereka menyukai (*Like*) laman Dream.co.id pada media sosial Facebook.com menjawabnya untuk mendapatkan informasi.

**Tabel 4.2**  
**Cara Jurnalis Memverifikasi Berita**

No	Informan	Verifikasi Berita
1	Ismoko Widjaya	Menghubungi Pihak Terkait (Narasumber)
2	Syahid Latif	Konfirmasi Dengan Reporter dan Narasumber
3	Eko Huda	Konfirmasi Dengan Reporter
4	Dwi Ratih	Konfirmasi Dengan Reporter dan Narasumber
5	Sandy Adam	Konfirmasi Narasumber
6	Idho Rahaldy	Menghubungi Narasumber Berkompeten
7	Irma Suryani	Mencari Sumber Lain dan Koordinasi Dengan Reporter Lapangan
8	Puri Yuanita	Menghubungi Narasumber dan Melakukan Perbandingan Dengan Media Berkompeten
9	Ahmad Baiquni	Memverifikasi Terhadap Pihak Terkait dan Media Nasional Berkompeten
10	Indra Nugraha	Mencari Sumber Lain dan Menunggu Konfirmasi Dari Narasumber

Berdasarkan tabel diatas, untuk katagori memverifikasi berita 10 para jurnalis hampir melakukan hal yang tidak jauh berbeda. Dari 10 jurnalis, ada 3 orang yang menghubungi langsung narasumber, lalu 3 orang melakukan konfirmasi dengan reporte lapangan, kemudian 2 orang mencari sumber lain, lalu 1 orang

memverifikasi terhadap pihak terkait, dan 1 orang melakukan koonfirmasi dengan Narasumber.

**Tabel 4.3**  
**Kendala Dan Pendukung Jurnalis Dalam Menyebarkan Berita**

No	Informan	Kendala	Pendukung	
1	Ismoko Widjaya	Koneksi Internet Yang Terputus	Jaringan Internet, Kerjasama, Laptop	
2	Syahid Latif	Koneksi Internet Yang Terputus	Komputer, Laptop dan Jaringan Internet	
3	Eko Huda	Tidak Ada	Laptop dan Jaringan Internet	
4	Dwi Ratih	Koneksi Internet Yang Terputus	Kerjasama Tim dan Jaringan Internet	
5	Sandy Adam	Koneksi	Jaringan	

		Internet Yang Terputus	Internet	
6	Idho Rahaldy	Koneksi Internet Yang Terputus	Jaringan Internet	
7	Irma Suryani	Koneksi Internet Yang Terputus	Komputer, Laptop, Koneksi Internet	
8	Puri Yuanita	Koneksi Internet Yang Terputus	Ketersedianya Sumber Informasi, Komputer dan Jaringan Internet	
9	Ahmad Baiquni	Koneksi Internet Yang Terputus	Kebebasan Dalam Mengakses Media	
10	Indra Nugraha	Koneksi Internet Yang Terputus	Kamera, Komputer, Jaringan Yang Stabil	

Berdasarkan tabel diatas, 10 jurnalis yang peneliti wawancara 9 orang menjawab kendala yang ditemukan dalam bekerja adalah jaringan internet yang terputus dan 1 orang menjawab tidak ada, sedangkan pada kolom pendukung jurnalis menjawab pertanyaan yang beragam tapi memiliki kesamaan. Kamera. 10 jurnalis menjawab jaringan internet faktor pendukung utama disamping ada jawaban beragam seperti laptop, jaringan internet, sumber informasi dan kebebasan mengakses media.

**Tabel 4.4**

**Alasan Pengguna Media Sosial Me-Like Fanspage Dream.co.id Menurut Jurnalis Dream.co.id**

No	Informan	Alasan
1	Ismoko Widjaya	Kata Pengantar Yang Baik
2	Syahid Latif	Isi Konten Yang Menarik
3	Eko Huda	Kata Pengantar Yang Baik, Isi Konten Yang Menarik
4	Dwi Ratih	Kata Pengantar Yang Baik, Isi Konten Yang Menarik
5	Sandy Adam	Isi Konten Yang Menarik
6	Idho Rahaldy	Isi Konten Yang Menarik
7	Irma Suryani	Isi Konten Yang Menarik
8	Puri Yuanita	Isi Konten Yang Menarik
9	Ahmad Baiquni	Isi Konten Yang Menarik

10	Indra Nugraha	Kata Pengantar Yang Baik
----	---------------	--------------------------

Berdasarkan tabel diatas, untuk katagori alasan pengguna media sosial Facebook menyukai (*Like*) *fanspage* Dream.co.id 6 orang menjawab karena isi konten yang diberikan sangat menarik, 2 orang memberikan jawaban karena kata pengantar (*wording*) yang baik, dan 2 orang memberikan jawaban ganda yaitu karena kata pengantar yang baik dan isi konten yang menarik.

### 4.3 Pembahasan

Masyarakat indonesia dewasa ini memandang pemanfaatan media sosial bagi seorang jurnalis adalah sebuah kegiatan yang sangat tepat dalam menyebarkan informasi. Dengan beragamnya berita yang publikasikan dalam media sosial, maka kebutuhan akan informasi yang didapatkan akan semakin mudah pula. Kegiatan ini membawakan angin segar dalam menerima informasi. Seorang jurnalis selalu berusaha untuk memberikan berita dan informasi yang bernilai lebih bagi para pembacanya dengan menghadirkan sosial media sebagai salah satu medium penyebaran informasi. Perkembangan media informasi yang lambat laun mulai menampakkan kemajuannya dalam menyebarkan sebuah peristiwa membuat masyarakat dengan mudah mendapatkan informasi melalui perangkat seluler mereka. Selain itu bertambahnya peningkatan pemakai penggunaan media sosial setiap harinya membuat institusi media mulai berpindah ke dalam media online dalam menyebarkan informasi.

Perkembangan teknologi yang menghadirkan sebuah sistem *web* yang dapat berinteraksi didalam ruang virtual didalam media sosial menjadikan keadaan tersebut sebagai salah satu wadah penyebaran informasi yang terus berkembang bagi jurnalis dalam menyebarkan produk jurnalistik ke dalam media sosial, terutama pada jejaring Facebook.com. Hal ini sejalan dengan apa yang ungkapkan oleh Fuchs yang merujuk pada *web 2.0* dari media sosial yang tidak lagi sekedar penghubung antar individu dengan perangkat teknologi dan jaringan komputer yang selama ini ada dan terjadi didalam *web 1.0*, tetapi telah melibatkan individu untuk mempublikasikan secara bersamaan, saling mengolah dan melengkapi data, *web* sebagai *platform* atau program yang bisa dikembangkan, sampai pada pengguna dengan jaringan dan alur yang sangat panjang . Kemudahan dalam mencari berita tentu akan berdampak baik yang akan melahirkan sebuah cara berinteraksi dengan cara yang baru yang belum pernah dirasakan sebelumnya.

Kegiatan redaksi Dream.co.id dalam pemanfaatan media sosial memiliki tujuan yang sesuai dengan pengertian implikasi media sosial dan jurnalistik yang dilakukan menurut Broersma yang mengemukakan bahwa keberadaan media sosial dan informasi yang tersebar bisa dijadikan sumber pemberitaan dan informasi bagi institusi media massa. Kehadiran media sosial dan kekuatan penggunaannya dalam pemanfaatannya secara tidak langsung menjadi saluran pemberitaan yang bisa menjadi saluran alternatif dibandingkan media massa yang selama ini berada. Sebuah informasi yang singkat dan terpublikasi dalam *fanspage* Dream.co.id dan dalam media sosial Facebook.com, akan terus berkembang dan

terlengkapi oleh informasi-informasi dari pengguna yang menyukai laman tersebut. Karakter media sosial yang bersifat *database*, dimana sebuah informasi akan terus tersimpan dan bisa diakses oleh pengguna lainnya kapan pun dan di mana pun.

The image shows a smartphone screen displaying the Facebook fan page for Dream.co.id. The page header includes the Dream.co.id logo and navigation options like 'Beranda', 'Profil', 'Pesan', 'Pemberitahuan', and 'Obrolan(17)'. The main content area features several posts:

- Post 1:** A post titled 'LOKASI INI JADI TEMPAT KULINER MALAM DAN PERTAMA DI JAKARTA' with a photo of a night market scene. The text describes a night market along Jalan Pecenongan and provides a link: <http://bit.ly/1TuqJkE>.
- Post 2:** A post titled 'INI CIRI SESEORANG KECANDUAN MEDIA SOSIAL' with a photo of a person holding a 'FORZA INTER' banner. The text discusses social media anonymity and provides a link: <http://bit.ly/23BgMWS>.
- Post 3:** A post titled '10 Tanda Kecanduan Media Sosial' with a photo of hands holding smartphones. The text lists signs of social media addiction and provides a link: <http://bit.ly/1SRdXBh>.
- Post 4:** A post titled 'Belum Terima Berkas Acara, Kuasa Hukum Jessica Protes' with a photo of a protest. The text mentions a protest by Jessica Kumala and provides a link: <http://bit.ly/1SRdXBh>.
- Post 5:** A post titled 'VIDEO: WARNA-WARNI 45 JUTA BUNGA MENGHIASI TAMAN BUNGA INI' with a photo of a flower garden. The text describes a flower garden in Indonesia and provides a link: <http://goo.gl/KDcGBf>.

The right side of the image shows a vertical list of these posts, each with a small thumbnail image and a title, providing a summary of the content.

Gambar 4.6: Sumber: *Fanspage Dream.co.id* pada media sosial Facebook.com. Diakses melalui *smartphone* pada tanggal 27 Januari 2016, jam 00:21 WIB

Hal inilah yang mendasari jurnalis yang memanfaatkannya dengan menggunakan media sosial menjadikan pengguna yang menyukai laman *fanspage* Dream.co.id membuat laman tersebut menjadi banyak yang mengakses dan memberikan kontribusi dalam pengembangan berita melalui kolom komentar. Kontribusi oleh pengguna dalam media sosial dapat disimpulkan ke dalam sebuah konten yang dipublikasikan secara *online* yang berasal dari pengguna dan dikerjakan atau dilakukan oleh praktisi maupun profesional.

Dalam penelitian ini penulis menggunakan 10 jurnalis sebagai informan, yaitu:

1. Informan I adalah Ismoko Widjaya
2. Informan II adalah Syahid Latif
3. Informan III adalah Eko Huda
4. Informan IV adalah Dwi Ratih
5. Informan V adalah Sandy Adam
6. Informan VI adalah Idho Rahaldy
7. Informan VII adalah Irma Suryani
8. Informan VIII adalah Puri Yuanita
9. Informan IX adalah Ahmad Baiquni
10. Informan X adalah Indra Nugraha

Hubungan yang terkait berdasarkan teori Fenomenologi yang peneliti gunakan dalam mengetahui fenomena jurnalis dalam memanfaatkan media sosial adalah dengan cara merefleksikan dan mendeskripsikan pengalaman-pengalaman yang telah dialami para jurnalis dalam memanfaatkan media sosial dalam menyebarkan berita yang pada akhirnya menimbulkan sebuah pemaknaan dari pengalaman langsung dari tiap individu.

Menurut Ismoko, latar belakang menyukai *fanspage* Dream.co.id di media sosial Facebook.com adalah untuk mendapatkan informasi dalam pemenuhan kebutuhan akan informasi sehingga ia bisa menambah wawasan dan pengetahuan. Tujuan dalam pemanfaatan media sosial Bapak Ismoko menerangkan sebagai medium penyebaran informasi yang bersifat murah dalam menyebarkan informasi dengan cepat. Oleh karena itu Ismoko memandang pemanfaatan *fanspage* pada media sosial facebook sebagai salah satu promosi yang sangat efektif dan murah karena penyebaran informasinya yang sangat luas sekali. Dalam tabel memverifikasi sebuah berita Ismoko lebih memilih menghubungi pihak terkait dalam mengkonfirmasi sebuah berita agar para pengguna media sosial yang membaca tertarik akan keakurasian terhadap berita, selain itu menurut Ismoko para pembaca menyukai kata pengantar yang baik yang disajikan kedalam sebuah berita. Dalam memanfaatkan *fanspage* pada media sosial Facebook.com, Ismoko memanfaatkannya dengan cara mempublikasikan kedalam media sosial tersebut dengan menggunakan *wording* (kata pengantar) yang baik sehingga para pengguna akan tertarik untuk membaca berita-berita yang disajikan oleh para jurnalis Dream.co.id meskipun didalamnya terdapat kendala akan jaringan yang

terputus beberapa saat. Oleh karena itu jaringan internet, kerjasama tim dan laptop menjadi faktor pendukung Ismoko dalam bekerja.

Sedangkan Syahid Latif menjelaskan alasannya menggunakan media sosial ialah ingin mendapatkan update informasi dan tidak perlu buka tab satu persatu pada *desktop* komputer dengan cara yang lebih sederhana, sedangkan motif dalam memanfaatkan media sosial dalam menyebarkan informasi ialah agar para pengguna media sosial bisa mendapatkan informasi dengan cepat dan menjangkau orang-orang lebih banyak sehingga dapat menjadi sebuah medium untuk melakukan promosi kepada para pengguna media sosial itu sendiri. Selain itu untuk memverifikasi berita yang menurutnya meragukan ia akan mengkonfirmasi sebuah berita atau kejadian kepada repoter maupun narasumber terkait. Untuk menopang kinerjanya dalam melakukan pencarian berita, Syahid didukung oleh komputer, laptop, dan jaringan internet meskipun jaringan internet terkadang menjadi kendala dalam penyebaran berita. Dalam memanfaatkannya Syahid Latif menggunakan cara dengan pemilihan berita yang sedang hangat-hangatnya yang kemudian dipublikasikan kedalam *fanspage* Dream.co.id dengan menyertakan beberapa gambar dan tautan (*Link*) yang terhubung kedalam media sosial itu. Hal ini yang melatar belakangi para pengguna untuk menyukai laman Dream.co.id di Facebook yaitu dengan isi konten yang menarik.

Eko Huda memberikan jawaban yang serupa, alasan ia memanfaatkan *fanspage* Dream.co.id ialah sebagai media untuk mendapatkan informasi yang merupakan tuntutan seorang jurnalis. Lalu menurut Eko dalam memverifikasi berita ia menghubungi reporter dan mengkonfirmasi kebenaran berita tersebut.

Dalam menyebarkan informasi, Eko tidak mendapatkan kendala karena ia didukung oleh jaringan internet yang terhubung ke laptop yang ia gunakan. Sedangkan dalam memanfaatkan media sosial sebagai medium penyebar informasi Eko memilih berita yang menjadi *trending topic* dan menyebarkannya pada media sosial Facebook serta dikemas dengan semenarikmungkin.

Dalam alasan menyukai laman *fanspage* Dream.co.id, Dwi Ratih memberikan jawaban yang serupa yaitu untuk mendapatkan informasi dan bila ia mendapatkan berita yang kurang ia percaya, ia melakukan konfirmasi dengan reporter dan narasumber. Pada tabel pendung ia menjelaskan bahwa kerjasama tim merupakan hal terpenting dalam menyebarkan berita yang didukung oleh jaringan internet yang baik meskipun jaringan terkadang terputus. Dalam memanfaatkan Facebook untuk menyebarkan informasi ia nenbuat berita yang sesuai dengan target pasar seperti membuat berita tentang dunia hijab, tips dan trik ataupun tempat-tempat yang menjadi referensi untuk para pengguna yang menyukai jalan-jalan dengan pemilihan kata pengantar yang menarik sehingga membuat mereka akan saling berbagi dengan teman-temannya.

Hal serupa disampaikan Sandy Adam dalam menyukai *fanspage* Dream.co.id ialah untuk mendapatkan informasi dan bila mendapatkan berita yang ia rasa menyimpang atau meragukan ia melakukan konfirmasi terhadap narasumber. Untuk faktor yang menjadi pendukungnya dalam bekerja ialah jaringan internet yang terkadang menjadi kendala yaitu ketika jaringan tiba-tiba terputus untuk beberapa saat. Sandy memanfaatkan media sosial Facebook dalam menyebarkan informasi dengan melakuakn *sharing* atau berbagi dengan pengguna

lain untuk melihat respon pengguna media sosial terhadap pemberitaan-pemberitaan yang ada karena didalamnya terdapat faktor *input* dan *output*-nya sehingga menciptakan sebuah komunikasi interaktif, hal tersebut membuat pengguna lainnya tertarik untuk menyukai *fanspage* tersebut.

Dalam menanggapi alasan yang melatarbelakangi pemanfaatan media sosial Idho Rahaldy menjawab untuk mendapatkan informasi dari teman-teman jurnalis lainnya. Ketika menemukan informasi yang belum jelas Idho menghubungi narasumber yang berkompeten. Idho menambahkan selama ia bekerja pada redaksi ia didukung oleh jaringan internet yang cepat meskipun terkadang jaringan tersebut bisa menjadi kendala ketika terputus. Memanfaatkan media sosial Facebook dalam menyebarkan informasi Idho memasukkan berita yang ada pada Dream.co.id pada *fanspage* yang terafiliasi dengan KapanLagi Network seperti Merdeka.com, KapanLagi.com dan lain-lain dengan isi konten yang menarik. Hal ini lah yang membuat pengguna media sosial menyukai *fanspage* Dream.co.id.

Tanggapan senada juga Irma Suryani yang menyukai *fanspage* Dream.co.id untuk mendapatkan informasi yang diberikan sekaligus sebagai akses untuk menyebarkan berita dan melakukan monitoring terhadap berita-berita yang disebarkan, karena tidak semua berita yang ia temukan valid, maka dari itu dalam mengatasi hal tersebut ia melakukan verifikasi data dengan cara mencari sumber lain yang berkompeten. Selain itu Irma menjelaskan hal-hal yang menjadi pendukung dalam ia bekerja adalah komputer yang ia gunakan untuk menulis berita, laptop dan juga koneksi internet yang terkadang menjadi pisau bermata dua

bila jaringannya mendadak terputus. Untuk memanfaatkan media sosial Facebook dalam menyebarkan berita Irma menjelaskan lebih lanjut jika ia memanfaatkannya dengan cara mengajak teman-teman yang ada di daftar pertemanan untuk melihat berita dari *fanspage* tersebut serta memberikan berita-berita yang sedang menjadi perbincangan dalam realita, hal tersebutlah yang menjadikan pengguna media sosial menyukai laman Dream.co.id pada Facebook karena isi yang disajikan banyak mengandung berita dan kisah inspiratif.

Hal serupa juga dilontarkan oleh Puri yang menyukai *fanspage* Dream.co.id untuk mendapatkan informasi guna mengetahui informasi apa saja yang terjadi pada saat ini. Dalam memverifikasi berita ia memberikan jawaban dengan cara menghubungi narasumber dan melakukan perbandingan dengan media yang berkompeten. Selain itu ia harus teliti dalam melihat data dan fakta yang ada. Faktor yang mendukung kinerja Puri selama ini ialah adanya ketersediaan sumber informasi melalui jaringan komputer dan internet meskipun jaringan internet menjadi kendala yang ia temui. Cara yang ia lakukan dalam memanfaatkan media sosial ialah mempublikasikan berita kedalam *fanspage* dengan isi yang beragam sehingga para pengguna Facebook tertarik untuk membaca berita yang ia dan tim sajikan.

Menurut Ahmad Baiquni, latar belakang menyukai *fanspage* Dream.co.id di media sosial Facebook.com adalah untuk mendapatkan beragam informasi yang tidak ia temukan dalam media lain karena ia membutuhkan banyak informasi yang berguna. Dalam tabel memverifikasi sebuah berita Ahmad lebih memilih memverifikasi dengan pihak terkait dan melakukan pengecekan terhadap

medianasional yang berkompeten. Dalam memanfaatkan *fanspage* pada media sosial Facebook.com, Ahmad memanfaatkannya dengan cara seperti melakukan *update* status dimana jurnalis memasukkan berita dan menyertakan gambarnya yang berisi kejadian yang sedang hangat-hangatnya, hal ini membuat pembaca menyukai isi berita yang disajikan Dream.co.id.

Sedangkan Indra Nugraha menjelaskan alasannya menggunakan media sosial ialah ingin mendapatkan update informasi dan melakukan kontrol atau pengawasan terhadap *fanspage* itu sendiri, sedangkan motif dalam memanfaatkan media sosial dalam menyebarkan informasi. Selain itu untuk memverifikasi berita yang menurutnya meragukan ia akan melakukan pencarian pada media lain yang membahas permasalahan yang serupa dan terkadang menunggu konfirmasi lebih lanjut oleh narasumber. Untuk menopang kinerjanya dalam melakukan pencarian berita, Indra didukung oleh kamera, komputer, laptop, dan jaringan internet meskipun jaringan internet terkadang menjadi kendala dalam penyebaran berita. Dalam memanfaatkannya Indra menggunakan cara dengan melakukan *sharing* (berbagi) kepada pengguna facebook dengan penulisan atau *wording* yang baik sehingga pengguna media sosial menyukai laman tersebut.

Aktivitas pada media sosial seperti ini memiliki tujuan yang serupa dengan pengertian menurut Scott yang mengatakan bahwa sebuah akun media sosial akan terhubung dengan akun lainnya dan akun tersebut juga memiliki jaringan pengguna dan begitu seterusnya, sehingga sebuah informasi yang diunggah di media sosial tentu mendapatkan perhatian yang jauh lebih banyak dan menjangkau wilayah yang lebih luas. Selain itu pemanfaatan yang dilakukan

jurnalis pada *fanspage* Dream.co.id di media sosial Facebook juga memudahkan jurnalis dalam menyebarkan sebuah berita. Hal ini dilatarbelakangi karena banyaknya masyarakat Indonesia yang sudah memiliki akun media sosial. Pengguna media sosial tersebut membuat berita yang dihasilkan oleh para jurnalis Dream.co.id menjadi lebih luas jangkauannya. Hal ini sesuai dengan pengertian pemanfaatan media sosial oleh Creeber dan Martin (2009) perihal fenomena pemanfaatan media sosial oleh jurnalis pada media sosial, mereka memandang bahwa media sosial yang menjadi medium penyebaran informasi oleh jurnalis menjadi produk dari komunikasi yang termediasi oleh teknologi yang terdapat bersama dengan komputer digital, dimana adanya pertukaran informasi antar pengguna. *Smartphone* termasuk ke dalam sebuah teknologi yang sama-sama bisa terhubung ke dalam media sosial untuk melakukan interaksi-interaksi. Dalam penilaian yang tergambar dalam pandangan-pandangan *informan* tersebut dalam memaknainya para *informan* akan melakukan secara aktif terhadap berbagai realitas yang bersifat objektif dan subjektif melalui sosialitas diri.

Fenomena yang kini hadir ditengah masyarakat yang membawa sebuah ide dan gagasan baru dalam memanfaatkan perkembangan media sosial yang ada, terutama pada media sosial Facebook.com yang memiliki lebih dari 1.55 miliar penggunanya dari seluruh dunia, sedangkan Indonesia merupakan salah satu negara penyumbang pengguna terbanyak dengan lebih dari 60 juta pemakai sosial media Facebook. Keberagaman publik atau pengguna yang memerlukan konten atau informasi yang berbeda-beda, membuat redaksi *fanspage* Dream.co.id menawarkan pembawaan pesan yang lugas dalam menyampaikan informasi

melalui media sosial Facebook. Selain itu Dream.co.id juga menawarkan praktik komunikasi dalam hal jangkauan khalayak. Jangkauan media sosial dan jaringan yang lebih luas serta informasi yang disajikan memuat informasi yang utuh dan dapat diakses melalui pengguna pertama, bukan melalui media massa sebagai perantara. Selain itu, alasan peneliti mengangkat tentang pemanfaatan media sosial dalam penyebaran informasi dilatar belakangi dengan merebaknya institusi media yang mulai memanfaatkan media sosial sebagai etalase tambahan dalam menyajikan sebuah berita dan informasi yang dengan mudahnya melakukan praktik *share* atau berbagi dengan pengguna satu dengan pengguna yang lain sehingga menyebabkan sebuah berita bisa bergerak secara bebas dan dapat dikonsumsi oleh khalayak banyak dalam media sosial tersebut. Dalam masalah ini, peneliti mengungkapkan bahwa penyebaran informasi dan berita pada jejaring media sosial telah menjadi sebuah fenomena yang kini tengah hadir di dalam masyarakat dan berkembang seiring dengan minat pengguna akan sebuah kebutuhan informasi.

Dari hasil penelitian yang telah diuraikan di atas, maka peneliti akan membahas mengenai Fenomena Jurnalis Dalam Memanfaatkan Media Sosial (Studi Fenomenologi Tentang *Fanspage* Dream.co.id Pada Media Sosial Facebook.com). Pada dasarnya fenomena jurnalis dalam memanfaatkan media sosial dalam menyebarkan berita merupakan sebuah kegiatan yang tepat dalam pemilihan media, terutama media yang digunakan adalah Facebook dengan memanfaatkan fitur *fanspage* yang ada didalamnya. Berdasarkan hasil wawancara yang telah dilakukan oleh peneliti oleh 10 jurnalis Dream.co.id yang memiliki

latar belakang jurnalis baik konvensional ataupun *online*, memberikan pandangan yang hampir serupa dalam menilai apa yang dilakukan oleh jurnalis Dream.co.id dalam memanfaatkan *fanspage* pada media sosial bahwa Facebook sebagai medium penyebar informasi merupakan sebuah langkah yang tepat dalam memanfaatkan media sosial.

Pemberitaan yang dilakukan pada *fanspage* di media sosial Facebook perlahan demi perlahan menarik perhatian banyak pengguna media tersebut untuk mengkonsumsi informasi yang disebar. Terjadinya fenomena tersebut membuat dewan redaksi Dream.co.id memanfaatkan fitur *fanspage* sebagai salah satu etalase mereka dalam menyebarkan berita karena pada pemilihan medium tersebut sebuah berita akan dengan cepat menyebar dari pengguna satu ke pengguna yang lainnya. Hal ini mereka manfaatkan karena tidak semua pengunjung mendatangi langsung *web* Dream.co.id, hal ini didasari dengan kesibukan para pengguna internet yang lebih memilih untuk mengakses sosial media daripada mencari berita atau informasi dengan mengunjungi portal beritanya secara langsung. Pandangan yang jurnalis dapat dianggap bagian dari apa yang disebut Weber sebagai tindakan sosial, dimana penelitian ini bertujuan mengetahui pandangan jurnalis yang memanfaatkan *fanspage* pada media sosial Facebook.com yang atas kesempatan inilah dewan redaksi manfaatkannya dalam menyebarkan informasi agar masyarakat bisa mengkonsumsi informasi sambil berinteraksi di media sosial tanpa harus membuka jendela *web* satu persatu. Dari hasil yang didapatkan selama penelitian bahwa jurnalis yang memahami perkembangan media sosial merupakan sebuah pemilihan yang tepat dalam memilih media.

Pemanfaatan lainnya yang dilakukan Jurnalis Dream.co.id adalah dengan cara membuat pengguna media sosial tidak perlu bersusah payah dalam mengakses sebuah berita atau membuka *web* satu persatu karena berita yang ingin didapatkan sudah ada di menu beranda media sosial pengguna hal ini tentu saja berkaitan dengan interaksi simbolik yang diusung oleh Mead yang menggunakan bahasa yang mudah dicerna, simpel dan dapat dipahami dengan mudah serta menyajikan berita-berita dengan kemasan kata pengantar yang baik dan isi konten yang menarik. Sehingga para pengguna media sosial saling berbagi terhadap berita yang sudah ia baca, hal ini menjelaskan bahwa dalam pemanfaatan media sosial sebagai medium penyebar informasi membuat berita lebih cepat untuk disebarkan melalui media yang ada karena tidak memakan waktu yang terlalu lama didalam redaksi untuk melakukan editing sebuah berita.

Para jurnalis menilai bahwa kemungkinan informasi yang ia hasilkan akan semakin tinggi, sehingga hal ini tentu saja membuat orang-orang untuk mendapatkan informasi jauh lebih banyak melalui perangkat media daripada media konvensional dalam memanfaatkan oleh jurnalis pada *fanspage* Dream.co.id pada media sosial Facebook. Akan tetapi pemanfaatan yang jurnalis Dream.co.id lakukan dalam menyebarkan informasi pada *fanspage* Dream.co.id turut mempengaruhi jurnalis untuk saling menyampaikan, memproduksi, dan bahkan mengedit sebuah berita. Menyampaikan yang dimaksudkan adalah dalam bentuk berbagi berita dengan teman mereka sedangkan memproduksi berita lebih melihat ke dalam realita informasi tentang kejadian apa yang ada disekelilingnya yang kemudian diunggah dan disampaikan pada akun pribadi ataupun melalui redaksi.

Jika dilihat lebih dalam, pemenuhan kebutuhan pada dasarnya terbentuk dengan sendirinya karena hal ini didasari dari penggunaan yang dilakukan dalam keseharian yang mengacu pada kegiatan mereka dalam bersosial media yang melahirkan pengalaman dengan sendirinya. Pemahaman akan pengetahuan serta hubungan yang terjadi antar jurnalis atau pengguna sosial media pada akhirnya membentuk masyarakat berjejaring atau *network society*. Konsep ini merupakan penggambaran bagaimana sebuah interaksi yang ada dalam masyarakat yang ada didunia nyata berada didalam dunia virtual dengan inovasi, aspek-aspek baru dan keunikan yang adaterkait internet sebagai media baru.

Dalam penelitian dengan menggunakan studi fenomenologi, jurnalis yang menyukai laman *fanspage* Dream.co.id pada laman Facebook memandang dari pengalaman mereka yang selalu memanfaatkan media sosial untuk mencari berita dan informasi dalam kehidupan sehari-hari sehingga bisa berinteraksi dengan pengguna lainnya dan bisa berbagi informasi dan pengalaman-pengalaman dalam melakukan aktivitas di media sosial.

Beberapa hal yang pada awalnya menjadi pusat ketertarikan dalam mengakses informasi dan saling terhubung satu dengan yang lainnya, menjadi memberi penekanan yang besar pada persepsi dan interpretasi terhadap pengalamannya sendiri. Kesimpulan dari apa yang kemudian menjadi faktor utama mereka dalam memandang sebuah fenomena pemanfaatan media sosial adalah kemampuan untuk bisa menyebarkan informasi itu sendiri kepada para pengguna lainnya yang terhubung dengan akun media sosial. Seperti yang dikatakan Littlejohn (1999: 199), bahwa fenomenologi sebagai pembelajaran

tentang pengalaman yang datang dari kesadaran atau cara kita memahami sesuatu dengan secara sadar mengalami sesuatu tersebut. Hal tersebut sejalan dengan pandangan Edmund Husserl yang mempelajari bentuk-bentuk pengalaman dari sudut pandang orang-orang yang mengalaminya secara langsung yang pada akhirnya membuat pemaknaan. Dalam memanfaatkan media sosial sebagai penyebar informasi oleh jurnalis Dream.co.id dimaknai sebagai salahsatu media yang sangat efektif dan murah dalam menyiarkan informasi ataupun melakukan promosi-promosi yang memiliki penyebaran yang sangat luas. Sedangkan dalam hal pemanfaatan yang dilakukan oleh para jurnalis Dream.co.id dilakukan dengan pemilihan berita yang menjadi *trending topic* ditengah masyarakat, berita yang ditulis kemudian dimasukkan kedalam *fanspage* Dream.co.id yang ada di Facebook.com dengan menggunakan penggunaan kata pengantar atau biasa dikenal dengan *wording* yang kemudian dibagikan dari satu pengguna ke pengguna lain atau yang dikenal dengan *share* maupun *sharing*. Penggunaan *wording* yang baik dapat menarik perhatian para pengguna media sosial dalam mencari berita. Hal ini tentu saja sejalan dengan teori interaksi simbolik yang digunakan oleh Mead yang mendasari pemikiran interaksionisme simbolik yang mebuat manusi bertindak terhadap sesuatu yang berarti pada mereka dalam penelitian ini adalah penggunaan *wording* yang baik yang bersumber dari orang lain dalam melakukan *sharing* berita kepada para pengguna lain. Pemaknaan yang ada dalam fenomena jurnalis Dream.co.id dalam memanfaatkan *fanspage* Dream.co.id yang ada dimedia sosial Facebook.com menjelaskan bahwa pemanfaatan dalam melakukan penyebaran informasi merupakan sebuah langkah yang tepat yang dilakukan guna

memberikan informasi untuk memenuhi kebutuhan informasi. Hal ini didorong dengan kemajuan informasi yang berkembang dengan pesat sehingga membawakan informasi ke dalam sebuah medium baru dengan pembawaan yang lugas dan mudah dipahami, serta memiliki dampak bertambahnya pengetahuan dalam pemenuhan kebutuhan informasi.

## BAB V

### PENUTUP

#### 5.1 Simpulan

Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilaksanakan, maka peneliti dapat mengambil simpulan sebagai berikut:

1. Fenomena jurnalis dalam memanfaatkan media sosial dalam menyebarkan informasi pada *Fanspage Dream.co.id* pada media sosial Facebook.com menjadi salah satu etalase Dream.co.id dalam menyebarkan informasi. Fenomena pemanfaatan media sosial dalam menyebarkan sebuah berita merupakan sebuah fenomena yang terbilang cukup baru yang hadir bersama dengan perkembangan teknologi. Pada dasarnya fenomena jurnalis dalam memanfaatkan media sosial dalam menyebarkan berita merupakan sebuah kegiatan yang tepat dalam pemilihan media. Pengguna media sosial tersebut membuat berita yang dihasilkan oleh para jurnalis Dream.co.id menjadi lebih jauh jangkauannya. Dalam hal pemanfaatan yang dilakukan oleh para jurnalis Dream.co.id dilakukan dengan pemilihan berita yang menjadi *trending topic* ditengah masyarakat, berita yang ditulis kemudia dimasukkan kedalam *fanspage Dream.co.id* yang ada di Facebook.com dengan menggunakan penggunaan kata pengantar atau biasa dikenal dengan *wording* yang kemudia dibagikan dari satu pengguna

ke pengguna lain atau yang dikenal dengan *share* maupun *sharing*. Jurnalis Dream.co.id melakukan berbagai macam cara agar pengguna media sosial tidak perlu bersusah payah dalam mengakses sebuah berita atau membuka *web* satu persatu karena berita yang ingin didapatkan sudah ada di menu beranda media sosial, tidak hanya itu para jurnalis Dream.co.id menggunakan bahasa yang mudah dicerna, simpel dan dapat dipahami dengan mudah.

2. Banyaknya informasi yang didapatkan melalui *fanspage* Dream.co.id membuat jurnalis Dream.co.id memaknai sebagai penyebar informasi dan sebagai salahsatu media yang sangat efektif dan murah dalam menyiarkan informasi ataupun melakukan promosi-promosi yang memiliki penyebaran yang sangat luas. Ditambah dengan sifat Facebook yang *shareable* atau bisa berbagi berita antar pengguna juga membantu pengguna-pengguna lain dalam mendapatkan berita guna memenuhi kebutuhannya akan informasi. Informasi dari *fanspage* Dream.co.id memmuat banyak informasi-informasi melalui media sosial, membuat keberagaman berita atau informasi tersebar melalui beragam jenis konten, tidak hanya teks akan tetapi secara audio, visual maupun audio visual. Hal inilah yang dapat mempengaruhi pengetahuan pengguna media sosial mendapatkan beragam jenis pengetahuan baru setiap harinya ketika membuka *fanspage* media sosial tersebut. Pemanfaatan *fanspage* Dream.co.id yang ada dimedia sosial Facebook.com menjelaskan bahwa dalam melakukan

penyebaran informasi merupakan sebuah langkah yang tepat yang dilakukan guna memberikan informasi untuk memenuhi kebutuhan informasi. Hal ini didorong dengan kemajuan informasi yang berkembang dengan pesat sehingga membawakan informasi ke dalam sebuah medium baru dengan pembawaan yang lugas dan mudah dipahami, serta memiliki dampak bertambahnya pengetahuan dalam pemenuhan kebutuhan informasi.

## **5.2 Saran**

Berdasarkan hasil penelitian terhadap fenomenologi jurnalis dalam memanfaatkan media sosial (analisis deskriptif *fanspage* Dream.co.id pada media sosial Facebook.com), maka peneliti berusaha memberikan saran dan masukan dengan harapan dapat berguna untuk perkembangan dan kemajuan *fanspage* Dream.co.id. Mengingat dalam sebuah penelitian harus mampu memberikan sesuatu yang berguna serta masukan-masukan yang membangun bagi instansi pihak-pihak terkait yang berhubungan dengan penelitian ini, maka saran peneliti setelah melakukan penelitian ini adalah:

### **5.2.1 Saran Akademis**

1. Penelitian mengenai fenomenologi jurnalis dalam memanfaatkan media sosial (analisis deskriptif *fanspage* Dream.co.id pada media sosial

Facebook.com) dapat menjadi bahan acuan untuk penelitian berikutnya agar menjadi lebih baik.

2. Bagi peneliti yang akan melanjutkan penelitian sejenis, disarankan untuk mencari dan membaca referensi lain yang lebih banyak sehingga dapat menggali lebih dalam hasil penelitian selanjutnya dan mendapat teori-teori yang baru.

### **5.2.2 Saran Praktis**

Berdasarkan hasil penelitian, ada beberapa hal yang ingin peneliti sampaikan sebagai sebuah saran dan masukan untuk pihak Dream.coid, yaitu:

1. Melakukan validasi sebuah berita agar terhindar dari berita *hoax* (palsu). Karena dewasa ini banyak sekali pemberitaan-pemberitaan yang menggunakan cara yang serupa, dengan memanfaatkan sosial media sebagai medium penyebar informasi yang menyebarkan berita-berita palsu. Agar menghindari hal ini pihak redaksi Dream.co.id untuk melakukan validasi berita kepada reporter dan jurnalis yang mencari berita.

2. Lebih mementingkan berita yang kebenarannya akurat dari pada hanya fokus pada kecepatan dalam menyiarkan informasi. Hal ini dihindari agar tidak membuat masyarakat merasa ambigu bila mendapatkan berita yang serupa dari institusi media lain.
3. Menangani pengguna yang melakukan *spamming* atau komentar yang tidak pada kajiannya. Terutama pembersihan-pembersihan terhadap akun-akun yang melakukan promosi pada kolom komentar yang memanfaatkan popularitas sebuah media untuk mengiklankan sebuah produk atau jasa yang tidak pada tempatnya, sehingga akan menghasilkan *spamming* dan mengganggu pengunjung yang mengakses berita tersebut.
4. Memperbanyak berita atau informasi yang bermanfaat bagi pengguna media sosial Facebook. Hal ini tentu saja bermanfaat bagi khalayak publik, selain mendapatkan informasi juga bisa menjadi bahan riset penelitian bagi pengguna lainnya.

## DAFTAR PUSTAKA

- Ardianto, Elvinaro & Bambang Q-Anees, 2007, *Filsafat Ilmu Komunikasi*, Simbiosis Rekatama Media, Bandung
- Eriyanto, 2004. *Analisis Framing: Konstruksi, ideologi, dan Politik Media*, Yogyakarta: LkiS
- Hamidi, 2007, *Metode Penelitian dan Teori Komunikasi*, UMM Press, Malang
- Iswara, Luwi, 2011, *Jurnalisme Dasar*, Kompas, Jakarta
- Junaedi, Fajar, 2013, *Jurnalisme Penyiaran dan Reportase Televisi*, Kencana Prenada Media, Jakarta
- Kuswarno, Engkus, 2009, *Fenomenologi*, Widya Padjadjaran, Bandung
- LittleJohn, A.Foss, 2009. "*Teori Komunikasi*", *Theories of Human Communication*
- Milles & Huberman, 1992, *Analisis Data Kualitatif (tentang metode-metode baru)*, Jakarta: UI-Press.
- Moleong, Lexy J, 2011, *Metodologi Penelitian Kualitatif*, Remaja Rodaskarya, Bandung
- Nasrullah, Rulli, 2015, *Media Sosial*, Simbiosis Rekatama Media, Bandung
- Nuruddin, 2007, *Pengantar Komunikasi Massa*, Jakarta: PT.Raja Grafindo Persada.
- Rakhmat, Jalaluddin, 2009, *Metode Penelitian Komunikasi*, Remaja Rodaskarya, Bandung
- Soeprapto, Riyadi, 2002. "*Interaksionisme Simbolik*", Yogyakarta: Averroes Press
- Sumadiria, Haris, 2008, *Jurnalistik Indonesia (Menulis Berita dan Feature)*, Simbiosis Rekatama Media, Bandung
- Subiakto, Henry & Rachmah Ida, 2012, *Komunikasi Politik, Media, & Demokrasi*, Kencana Prenada Media, Jakarta
- Vivian, John, 2008, *The Media of Mass Communication*, Pearson and AB, United States of America

Website:

<http://reginaprafitasari.blogspot.co.id/2012/12/normal-0-false-false-false-en-us-x-none.html>

<http://www.tandef.net/pemanfaatan-jejaring-sosial-sebagai-sarana-komunikasi-sosial-komsos-tni-ad>