

Berita Viral di Media Sosial Sebagai Sumber Informasi Media Massa Konvensional

Nela Widiastuti

Universitas ARS, widiastutinela@yahoo.co.id

ABSTRAK

Penelitian ini berusaha menjawab rumusan masalah mengenai, “ Bagaimana penggunaan berita viral sebagai sumber informasi di media massa konvensional”. Fenomena viral di sosial media telah merambah ke dalam media berita online bahkan media massa lama pun menggunakan informasi yang sedang viral menjadi sumber informasi. Fenomena ini menimbulkan adanya perubahan dan pergeseran bagi media massa konvensional. Jurnalis tidak lagi mencari, menulis, dan menerbitkan berita. Jurnalis fungsinya hanya sebagai penyalur atau penyebar luas berita dari sumber media social. Penelitian yang penulis lakukan menggunakan pendekatan kualitatif dan metodologi studi kasus. Jumlah jurnalis yang menggunakan media sosial meningkat drastis dan memilih konten yang viral di media sosial untuk dijadikan sumber berita. Jika kita analisis berita yang bersumber dari media sosial, ada beberapa kekurangan mengenai unsur layak berita tersebut yaitu keakuratan dan kepentingan berita. Sementara itu, untuk mengevaluasi informasi dari media online terutama media sosial, jurnalis di media massa konvensional dapat menggunakan sembilan elemen jurnalisme dan Kode Etik Jurnalistik dan Pedoman Media Siber. Penelitian ini menyimpulkan bahwa sikap dasar sebagai jurnalis dalam menghadapi sosial media tetaplah harus skeptis. Media massa harus berperan sebagai gatekeeper dalam menyaring dan menyebarkan informasi yang akurat dan berkualitas pada masyarakat.

Kata Kunci: Berita; Viral; Media massa; Media Sosial; Jurnalistik¹

ABSTRACT

This research about, "How to use viral news as a source of information in conventional mass media". Viral phenomenon in social media has penetrated into the online news media even the old mass media also use information that is viral become a source of information. This phenomenon causes changes and shifts for conventional mass media. Nowadays, Journalists not only searching, writing, and publishing news, but also as a distributor or spreader news from social media sources. The authors' research used a qualitative approach and case study methodology. The number of journalists using social media has increased dramatically and mostly they, choose viral content in social media to be a source of news. If we analyze news that comes from social media, there are some shortcomings regarding the element worthy of such news is the accuracy and importance of news. Meanwhile, to evaluate information from online media especially social media, journalists in conventional media can use nine elements of journalism and the Journalism Code and the Cyber Media Guidelines. This study concludes that the basic attitude of journalists in the face of social media remains to be skeptical. Mass media should act as gatekeepers in filtering and disseminating accurate and quality information to the public.

Keywords: News; viral; mass media; social media; journalism

¹ Nela Widiastuti, S.Sos., M.I.Kom. Universitas ARS, Jalan Sekolah International Nomor 1-2 Antapani Bandung. E-mail: widiastutinela@yahoo.co.id

PENDAHULUAN

Data pengguna internet di Indonesia menurut survey yang dilakukan oleh Asosiasi Penyelenggara Jaringan Internet Indonesia (APJII) mengungkapkan bahwa lebih dari setengah penduduk Indonesia kini telah terhubung ke internet. Survei yang dilakukan sepanjang 2016 itu menemukan bahwa dari 256,2 juta orang penduduk Indonesia, 132,7 juta orang Indonesia telah terhubung ke internet. Bila dilihat dari data hasil survey APJII bagaimana fenomena Viral di jagat dunia maya bukan lagi hal yang asing. Kata Viral dalam Kamus Besar Bahasa Indonesia (KBBI) berarti "virus atau segala sesuatu yang berifat menyebar dengan sangat cepat. Kata viral berasal dari 2 kata, virus dan virtual. Dari penjelasan dua kata tersebut, kata Viral yang belakangan ini sering kita dengar dapat diartikan sebagai sesuatu hal informasi, kejadian, berita dan lainnya yang menyebar luas dan secara cepat sehingga diibaratkan seperti Virus, dan dalam waktu yang singkat dapat menjadi gempar melalui dunia maya, internet atau media sosial. Bila sebuah isu sudah masuk ke dalam jaringan grup di media sosial, maka tak butuh waktu lama hingga berubah menjadi *hot issue*, atau berita viral. Isu hangat ini juga kemudian menyebar pada jaringan-jaringan hubungan yang bertautan dengan jaringan rumpi tersebut. Berita kemudian terus beredar melalui jaringan hubungan perorangan. Menyebar sepanjang jaringan hubungan sosial. Pada akhirnya, meluas hingga jadi viral. Oleh karenanya, tidak perlu heran saat ini berita sangat mudah 'menarik perhatian', terlepas dari baik atau buruknya berita tersebut. Berita pun bisa menjadi viral dalam hitungan menit, atau bahkan detik.

Saat ini fenomena viral di sosial media telah merambah ke dalam media berita online bahkan media massa lama pun menggunakan informasi yang sedang viral menjadi sumber informasi. Sebagai contoh program viral yang diproduksi CNN Indonesia, sebagai program berita unggulan di Trans TV. Program ini murni mengandalkan video dan berita viral yang ada di internet sebagai sumber informasi. Bila ada sesuatu yang viral di sosial media maka tak butuh waktu lama artikel maupun informasi viral tersebut akan dimuat atau di upload pada media berita online atau ditayangkan di TV. Hal ini dinamakan *Colaborating report* dimana jurnalis tidak lagi mencari, menulis, dan menerbitkan berita. Jurnalis fungsinya hanya sebagai penyalur atau penyebar luas berita dari sumber media sosial. Persoalan di ranah jurnalis ini mendapat perhatian dari dewan pers dan para jurnalis lainnya mengenai peranan dan batasan video viral pada media massa. Peran jurnalis yang ada di media massa konvensional berubah dan berkembang dari news gathering atau proses mencari, menulis, editing hingga dimuat di halaman media kini menjadi penyebar luas berita. Ternyata fenomena viral dan media online tidak hanya terjadi di Indonesia. Di luar negeri pun hal serupa terjadi, dimana jurnalis kini berpatok pada sumber yaitu media sosial dan internet. Terkadang bila melihat fenomena ini dari sisi dunia jurnalistik, seperti adanya perubahan dan pergeseran bagi media. Teknologi dan internet hadir mengubah segalanya seperti terlihat instan dengan sekali klik. Berdasarkan latar belakang masalah diatas, maka penelitian ini akan berusaha menjawab rumusan masalah berikut, " Bagaimana penggunaan berita viral sebagai sumber informasi di media massa konvensional.

METODE PENELITIAN

Penelitian yang penulis lakukan menggunakan pendekatan kualitatif dan metodologi studi kasus. Menurut Nasir (1998:51) metode penelitian merupakan cara utama yang digunakan peneliti untuk mencapai tujuan dan menentukan jawaban atas masalah yang diajukan, sedangkan Sugiyono (2004:1) mengungkapkan bahwa metode penelitian merupakan cara ilmiah untuk mendapatkan data dengan tujuan dan kegunaan tertentu. Maka dapat disimpulkan bahwa metode penelitian adalah cara ilmiah untuk mengumpulkan data dengan tujuan dan kegunaan tertentu. Cara ilmiah berarti kegiatan penelitian itu didasarkan pada ciri-ciri keilmuan yaitu rasional, empiris dan sistematis. Penelitian kualitatif mengutamakan makna, makna yang diungkap berdasarkan pada persepsi orang mengenai suatu peristiwa. Melalui pendekatan kualitatif diharapkan dapat menghasilkan uraian mendalam tentang ucapan, tulisan, dan atau perilaku yang diamati dari suatu individu, kelompok, masyarakat, dan atau organisasi tertentu dalam suatu setting atau konteks tertentu yang dikaji dari sudut pandang yang utuh komprehensif dan holistik.

Studi yang digunakan oleh penulis dalam penelitian adalah studi kasus. Studi kasus merupakan tipe pendekatan dalam penelitian yang menelaah satu kasus secara intensif, mendalam, mendetail dan, komprehensif. Studi kasus bisa dilakukan terhadap individu atau terhadap kelompok. Pada penelitian yang menggunakan metode ini, berbagai variabel ditelaah dan ditelusuri, kemungkinan hubungan antarvariabel yang ada. Sebuah studi kasus (case study) memberikan deskripsi tentang individu. Individu ini biasanya adalah orang, tapi biasa juga sebuah tempat seperti perusahaan, sekolah, dan lingkungan sekitar. Sebuah studi observasi naturalistik kadang juga disebut dengan studi kasus (Cozby, 2009:188).

Penelitian studi kasus ini berfokus kepada penggunaan video viral sebagai sumber informasi di media massa konvensional. Dalam pemaparan hasil akhir dari metode penelitian ini merupakan deskripsi detail dari topik yang diteliti mengenai hubungan penggunaan penggunaan video viral sebagai sumber informasi di media massa konvensional. Dengan pemaparan detail diharapkan dapat membantu dalam memahami makna, interpretasi, hingga perspektif baru dari hasil penelitian yang berangkat dari fakta dan data lapangan, kemudian disimpulkan kedalam konsep.

PEMBAHASAN

Media sosial sebagai sumber informasi

Internet memang tidak bisa dipisahkan dari masyarakat modern saat ini. Internet hadir memberikan berbagai kemudahan bagi penggunanya, terutama mengenai kebutuhan informasi. Masyarakat dapat saling terhubung dan bertukar informasi. Media-media baru muncul untuk membantu terjadinya pertukaran informasi ini. Lebih dari itu, pengguna internet tidak lagi bertindak hanya sebagai penerima apa yang diberitakan, melainkan sebagai produsen atau penyebar informasi yang relevan (Bungin, 2008: 135)

Akibat dari munculnya internet, muncul berbagai platform media baru yang menyajikan segala informasi tanpa batas. Platform yang paling sering diandalkan masyarakat dalam mencari berita adalah media sosial. Media sosial merupakan media online dimana para penggunanya dapat dengan mudah berpartisipasi, berbagi dan menciptakan isi meliputi blog, jejaring sosial, wiki, forum, dan dunia virtual. Berbeda dari media-media konvensional, salah satu unsur terpenting dalam media online adalah kecepatan memberitakan suatu informasi.

Salah satu cara untuk mendapatkan informasi dengan cepat adalah melalui media sosial. Mengingat bahwa masyarakat sering mencurahkan segala opini ataupun

kejadian yang ada disekitarnya membuat jurnalis dengan mudah mendapatkan konten berita. Jurnalis tidak perlu turun lapangan untuk mendapatkan informasi-informasi tersebut. Hal ini tentu saja dimanfaatkan oleh jurnalis, tidak perlu turun lapangan tapi mendapatkan informasi dengan cepat. Menurut riset yang dilakukan oleh Reuters Institute, jumlah jurnalis yang menggunakan media sosial meningkat drastis. Di Indonesia sendiri, sering kali jurnalis hanya bermodal konten yang viral di media sosial untuk dijadikan berita. Entah itu sebuah tulisan pribadi ataupun komentar dari warganet.

Berita yang diproduksi media massa daring adalah berita ringan, cenderung remeh, dan sensasional. Produk berita yang renyah tersebut akan menarik untuk dibagikan (viral) melalui media sosial maupun aplikasi tukar pesan. Riset Asosiasi Penyelenggara Jasa Internet Indonesia (APJII) pada 2016 dan 2017 mendapati mayoritas penggunaan internet di Indonesia adalah untuk ngobrol (chatting) melalui media sosial. Maka tidak mengherankan bila isu di media sosial dengan media daring pun makin erat. Media sosial adalah alat pemicu kabar (news-breaking tool). Yang jadi masalah, media massa kemudian memproduksi berita dengan hanya berdasarkan topik yang populer di media sosial dan mengabaikan fungsi jurnalisme dalam menyodorkan pembicaraan publik yang bermutu. Repotnya, informasi yang beredar melalui media sosial tersebut kemudian ditulis begitu saja sebagai berita oleh awak media yang kemudian dipercaya pembaca sebagai sebuah kebenaran untuk diviralkan.

Konten berita yang hanya mengambil dari postingan viral tentu masih dipertanyakan kebenarannya. Mengingat bahwa tidak semua konten yang ada di media sosial telah melalui proses verifikasi. Apalagi jurnalis cenderung langsung mengutip postingan tersebut tanpa melakukan verifikasi lebih lanjut ataupun wawancara dengan pihak bersangkutan. Tuntutan media sekarang memang mengharuskan jurnalis untuk bekerja cepat dalam mencari berita. Namun, keakuratan dari berita tersebut tetap harus diutamakan. Hal ini berhubungan dengan kredibilitas dan kepercayaan masyarakat pada media tersebut. Jurnalis harus memiliki kehati-hatian yang tinggi dalam mencari berita. Hal ini dikarenakan berita yang ditulis memberikan dampak yang luas kepada para pembaca (Kusumaningrat, 2016).

Kredibilitas media sosial sebagai sumber informasi

Media berita tidak bisa lepas dari aspek kredibilitas yang harus selalu dipertahankan. Kredibilitas media atau sumber sangat penting bagi audiens. Ada dua macam kredibilitas, yaitu kredibilitas terhadap sumber dan kredibilitas terhadap media. Kredibilitas terhadap sumber berkaitan dengan kepercayaan individu yang menulis berita tersebut, sedangkan kredibilitas media berkaitan dengan kesatuan yang lebih luas, seperti stasiun televisi, koran, dan tentunya media online. (Kovacic, dkk, 2010: 116). Jadi kredibilitas dilihat dari individu dan media itu sendiri. Sedangkan Metzger dan Flanagan (2013:211), menyatakan kredibilitas media online dapat dilihat dari hasil evaluasi sumber informasi, pesan itu sendiri, atau pada kombinasi antara sumber dengan pesan. Maka yang mereka maksud adalah kredibel atau tidaknya media dapat ditentukan dari sumber dan isi pesan yang disampaikan. Jika sumbernya sesuai dan pesan yang disampaikan benar maka dapat dikatakan informasi tersebut kredibel. Kiousis (2001, dalam Kovacic, dkk, 2010: 117) menyatakan bahwa orang cenderung skeptik terhadap sumber online. Penelitiannya menunjukkan koran adalah media yang paling kredibel dibandingkan media lain. Studi internasional membenarkan bahwa media tradisional lebih kredibel dibandingkan dengan media online. Kovacic, dkk (2010: 121) juga melakukan penelitian dengan hasil hampir 70%

responden setuju bahwa media tradisional memiliki derajat kredibilitas yang lebih tinggi.

Menjamurnya media sosial tak hanya berpengaruh pada gaya hidup masyarakat, tetapi juga pada kerja jurnalistik mulai dari pengumpulan hingga penyebaran berita. Tak jarang, media sosial pun dijadikan sumber berita oleh media massa. Tuntutan media sekarang memang mengharuskan jurnalis untuk bekerja cepat dalam mencari berita. Namun, keakuratan dari berita tersebut tetap harus diutamakan. Hal ini berhubungan dengan kredibilitas dan kepercayaan masyarakat pada media tersebut. Jurnalis harus memiliki kehati-hatian yang tinggi dalam mencari berita. Hal ini dikarenakan berita yang ditulis memberikan dampak yang luas kepada para pembaca (Kusumaningrat, 2016). Dalam buku *Jurnalistik: Teori dan Praktik* (2016), disebutkan bahwa unsur layak berita antara lain adalah cermat dan tepat atau dalam bahasa jurnalistik harus akurat. Selain itu, berita juga harus lengkap, berimbang dan adil. Kemudian berita tidak boleh mencampurkan fakta dan opini sendiri atau dalam bahasa akademis disebut objektif. Terakhir, yang merupakan syarat praktis tentang penulisan berita harus ringkas, jelas, dan hangat.

Jika kita analisis berita yang bersumber dari media sosial, ada beberapa kekurangan mengenai unsur layak berita tersebut. Unsur pertama adalah keakuratan. Jurnalis cenderung tidak pernah melakukan verifikasi jika hanya mengambil dari media sosial. Tentu saja, akurasi dari berita tersebut selalu dipertanyakan. Kemudian mengenai kepentingan berita tersebut. Beberapa kasus berita yang bersumber dari media sosial, jurnalis terkesan hanya memberitakan ulang hal apa yang ada di media sosial. Tidak ada unsur penting dalam berita viral ini dan jurnalis menjadi terkesan malas untuk mencari berita. Selain itu, kurang lengkapnya data juga merupakan kekurangan dari media online saat ini, terutama yang bersumber pada media sosial. Akibat dari tidak adanya wawancara, maka isi berita hanya tergantung dari apa yang di media sosial tersebut. Padahal belum tentu apa yang ada di media sosial tersebut merupakan cerita yang utuh. Sebuah berita harus memiliki unsur adil dan berimbang, seperti yang dijelaskan sebelumnya, jurnalis harus bisa menyajikan fakta dari pihak-pihak yang bersangkutan. Dengan hanya mencatumkan salah satu pihak saja, jurnalis bisa saja merugikan pihak lainnya. Hal ini disebabkan karena masyarakat hanya mengetahui cerita dari satu sisi saja. Jika jurnalis berhasil memaparkan sebuah berita dari sisi-sisi yang berbeda maka masyarakat tidak akan terjerumus dan dapat mengetahui kisah secara keseluruhan. Meskipun begitu, Sosial media tidak harus harus dimusuhi. Namun, sikap dasar sebagai jurnalis dalam menghadapi sosial media tetaplah harus skeptis. Sehingga informasi di sosial media hanya menjadi bahan yang kemudian tetap dibutuhkan verifikasi ulang kepada pihak terkait.

Prosedur standar memperlakukan berita yang didapat dari media sosial

Persaingan dengan media lain membuat media satu dengan yang lainnya berlomba menjadi yang tercepat. Margianto dan Asep dalam *Media Online: Antara Pembaca, Laba, dan Etika* menyatakan atas nama kecepatan, seringkali berita-berita tayang tanpa akurasi, mulai dari hal yang sederhana yaitu ejaan nama narasumber, hingga yang paling serius yaitu substansi berita. Saling adu kecepatan dalam jurnalisme menjadi hal yang biasa. Jurnalis berlomba-lomba ingin menjadi yang pertama dalam memberitakan kejadian. Jurnalisme online model abad 21 saat ini berfokus pada dua hal, yaitu kecepatan dan kedalaman. Jika tidak bisa menjadi yang pertama dalam menceritakan kejadian, setidaknya jurnalis mendapatkan gambar

pertama atau wawancara pertama, reaksi pertama, atau bahkan analisis pertama. (Bradshaw, 2012:14).

Metzger (2007, dalam Metzger dan Flanagin, 2013: 213) merekomendasikan pendekatan untuk mengevaluasi informasi online dalam lima kriteria, yaitu akurasi, wewenang, mata uang, objektivitas, dan cakupan informasi serta sumbernya. Akurasi merujuk pada derajat dimana website atau sumber bebas dari kesalahan dan informasi dapat diverifikasi secara offline (Metzger dan Flanagin, 2013: 213). Jadi, untuk bisa menjadi akurat informasi tidak hanya harus benar tapi juga ketika diverifikasi hasilnya sama. Sama seperti media cetak, media online juga berpatok pada pedoman pers yang berlaku. Bill Kovach dan Tom Rosenstiel dalam "Sembilan Elemen Jurnalisme" (2003) menyatakan, kewajiban pertama jurnalisme adalah pada kebenaran. Mereka mengatakan bahwa prinsip pertama jurnalisme adalah pengejaran akan kebenaran yang tidak berat sebelah adalah yang paling membedakannya dari semua bentuk komunikasi lain. Pada pernyataan tersebut terlihat bahwa jurnalis, tidak peduli dari media mana harus bertumpu pada kebenaran. Namun, jika berita yang dipublikasikan belum akurat tentu kebenaran belum bisa ditegakkan. Kovach dan Rosentiel (2003) juga menyatakan bahwa demi mengejar kebenaran, intisari jurnalisme adalah disiplin verifikasi. Meski telah masuk ke era digital, fungsi jurnalisme tetap tidak berubah. Jurnalisme masih berada di bawah prinsip-prinsip yang sama meski dilakukan dengan teknik yang berbeda. Margianto dan Asep dalam Media Online: Antara Pembaca, Laba, dan Etika, menyatakan bahwa verifikasi menjadi syarat bagi akurasi dalam pemberitaan, sehingga media online tidak lepas dari disiplin verifikasi.

Akurasi seharusnya lebih penting dari pada kecepatan, karena akurasi adalah syarat penting dalam jurnalisme. Lebih baik berita terlambat diberitakan tapi benar dari pada berita yang cepat tapi salah. Hal ini dalam mengurangi kredibilitas media, sekali kehilangan kredibilitas, media akan sulit untuk mendapatkannya kembali. (Cowan, 1998, dalam Bradley, 2001). Ketika media memberitakan kejadian dengan salah maka masyarakat pasti sudah menentukan pandangan atau sikap mereka terhadap media tersebut. Sekali saja tidak akurat, masyarakat kepercayaan masyarakat terhadapnya akan berkurang, padahal untuk mendapatkan kepercayaan dari masyarakat tidaklah mudah. Hilangnya keseimbangan dan keadilan karena tidak akurat dapat membuat pers lebih sulit untuk menjalankan fungsi sebagai watchdog (Cowan, 1998, dalam Bradley, 2001).

Selain Sembilan elemen jurnalisme, di Indonesia juga terdapat kode etik yang mengatur, seperti Kode Etik Jurnalistik dan Pedoman Media Siber. Keduanya sama-sama terdapat aturan akurasi berita. Pada Kode Etik Jurnalistik pasal satu tertulis "Wartawan Indonesia bersikap independen, menghasilkan berita yang akurat, berimbang, dan tidak beritikad buruk." (<https://dewanpers.or.id/peraturan/detail/190/kode-etik-jurnalistik>). Pada penafsirannya dijelaskan bahwa akurat berarti dipercaya sebagai benar sesuai keadaan yang terjadi. Pada pasal tiga juga tertera bahwa jurnalis harus menguji informasi dengan melakukan check dan recheck tentang kebenaran informasi tersebut. Kemudian pada Pedoman Media Siber yang secara khusus dikeluarkan Dewan Pers juga mengatur akurasi di butir kedua yang menyatakan pada prinsipnya semua berita harus melalui verifikasi. Jika berita tidak melalui verifikasi maka pada bagian akhir tulisan harus ditulis bahwa berita tersebut akan diverifikasi lebih lanjut. (<https://dewanpers.or.id/pedoman/detail/167/pedoman-pemberitaan-media-siber>). Aturan tersebut seharusnya diperhatikan dengan baik oleh media online dalam

melakukan pemberitaan agar tidak menjerumuskan audiens. Kesalahan akan akurasi dapat mengakibatkan masalah yang serius.

Selain mengacu pada kode etik dan regulasi dari pemerintah mengenai penyebaran berita, yang paling utama adalah peran media massa sebagai gatekeeper, filter, dan regulator. Suatu media harus bertanggungjawab terhadap informasi yang telah disebarluaskan kepada khalayak. Sehingga dapat memberikan informasi yang berkuantitas dan berkualitas untuk khalayak. Filter, regulator, dan gatekeeper merupakan komponen-komponen dalam komunikasi massa. Filter merupakan proses penyaringan informasi dalam suatu media yang berguna untuk mengatur arus informasi yang tidak sesuai dengan peraturan yang sudah ditetapkan. Khalayak yang menerima informasi tersebut bersifat heterogen, sehingga peranan filter dalam media massa menjadi penting. Filter utama yang dimiliki oleh khalayak mencakup tiga aspek, yaitu budaya, psikologi, dan fisik. Budaya memberikan pengaruh pada persepsi khalayak yang berbeda-beda, sehingga filter menjadi peranan yang penting untuk menyatukan persepsi khalayak. Aspek psikologi berhubungan dengan frame of reference dan field of experience khalayak.

Metzger dan Flanagin (2013:211), menyatakan kredibilitas media dapat dilihat dari hasil evaluasi sumber informasi, pesan itu sendiri, atau pada kombinasi antara sumber dengan pesan. Maka yang mereka maksud adalah kredibel atau tidaknya media dapat ditentukan dari sumber dan isi pesan yang disampaikan. Jika sumbernya sesuai dan pesan yang disampaikan benar maka dapat dikatakan informasi tersebut kredibel. Konten berita yang hanya mengambil dari postingan viral tentu masih dipertanyakan kebenarannya. Mengingat bahwa tidak semua konten yang ada di media sosial telah melalui proses verifikasi. Jika ini masih dilakukan oleh beberapa media dengan mengambil sumber secara mentah tanpa proses verifikasi, tentu ini dapat membahayakan kredibilitas media tersebut.

PENUTUP

Media massa memiliki peran yang signifikan dalam berbagai aspek kehidupan dan memiliki peran dalam perubahan yang terjadi di masyarakat. Media massa adalah "a mirror of in event of society and the word, implying a faithful reflection" . Cerminan berbagai peristiwa yang ada di masyarakat dan dunia, yang merefleksikan apa adanya. Namun perkembangannya kini, media massa yang dulunya pelaku agenda setting berubah menjadi penyuplai informasi-informasi yang mendukung ujaran kebencian. Berita disesuaikan agar cepat mendapat like, retweet dan komen dari pengguna media sosial. Keberadaan media sosial tidak terbatas ruang dan waktu sehingga penggunaanya dapat menggunakan dimanapun dan kapanpun yang mereka kehendaki. Sementara itu, masyarakat Indonesia semakin hari semakin aktif dalam dunia media sosial, dengan tingkat penetrasi yang mencapai puluhan juta orang, sehingga konten-konten apapun dapat viral dengan mudah seperti misalnya peristiwa-peristiwa unik sampai pada hal-hal kecil yang mungkin sebelumnya tidak pernah terpikirkan akan viral. Tanpa adanya gatekeeper yang membatasi pengguna, maka segala informasi dan opini dapat tersedia di media-media sosial ini. Berhubungan dengan ini, banyak sekali kasus dimana media sosial menjadi media yang paling sering menyebarkan berita viral namun tidak memiliki kredibilitas informasi hingga nantinya akan mengarah pada berita hoaks. Oleh sebab itu, sebaiknya dalam mengakses media sosial diperlukan kehati-hatian dan menyebarkan informasi agar tidak tertipu berita palsu. Maka disinilah media massa berperan sebagai gatekeeper

dalam menyaring dan menyebarkan informasi yang akurat dan berkualitas pada masyarakat.

REFERENSI

- Bradshaw, Paul. 2012. Model for a 21st Century Newsroom - Redux How digitisation has changed news organisations in multiplatform world. Canada: Leanpub
- Cowan, G. 1998. Has Online Reporting Tainted Journalism? Online Journalism Review. Dalam Osborn, Bradley. 2001. Ethics and Credibility in Online Journalism. Tennessee: The University of Memphis.
- Effendy, Onong Uchjana. 1995. *Ilmu Komunikasi : Teori&Praktek*. Bandung :Remaja Rosda Karya.
- 2004. *Metode Penelitian Komunikasi*. Bandung : Remaja Rosda Karya.
- Kovach, Bill., & Rosenstiel, Tom. 2003. Sembilan Elemen Jurnalisme. Jakarta: Pantau
- Kovacic, Melita Poler, dkk. 2010. Credibility of Traditional vs. Online New Media: A Historical Change in Journalists' Perceptions?. Diakses melalui:
- Metzger, M.J., 2007. Making Sense of Credibility on The Web: models for evaluating online information and recommendations for future research. J. Am. Soc. Inform, Sci. Technol. 58 (13), 2078-2091.
- Metzger, Miriam J. dan Andrew J. Flanagin. 2013. Credibility and Trust of Information in Online Environments: The Use of Cognitive Heuristics. California: Departement of Communication, University of California, Santa Barbara.
- Margianto, J. Heru dan Asep Syaefullah. Media Online: Pembaca, Laba, dan Etika, Problematika Praktik Jurnalisme Online di Indonesia. Jakarta: Aliansi Jurnalis Independen (AJI) Indonesia.
- Singarimbun, Masri& Sofian Effendi. 1989. *Metode Penelitian Survey*. Jakarta. LP3ES.
- Susanto, Astrid.1974.*Komunikasi dalam Teori dan Praktek*. Jakarta: Linda Karya.
- <https://dewanpers.or.id/pedoman/detail/167/pedoman-pemberitaan-media-siber>
- <https://dewanpers.or.id/peraturan/detail/190/kode-etik-jurnalistik>

BIODATA PENULIS

Nela Widiastuti, S.Sos, M.I.Kom, menyelesaikan studi sarjana ilmu komunikasi dan magister ilmu komunikasi, di Universitas Padjadjaran. Kepakaran dalam bidang Media & Broadcasting.