

TATA KELOLA KONTEN MEDIA SOSIAL SEBAGAI SUMBER PEMBERITAAN TVRI NASIONAL

Arif Rahman¹, Rudy Harjanto², Retno Intani³.

^{1,2,3}Universitas Prof. Dr. Moestopo (Beragama), Jakarta Pusat, Indonesia.

Email korespondensi: arif.rahman21@student.moestopo.ac.id¹; abrudyharjanto@gmail.com²;
retno.intani@gmail.com³

Abstract

Under ideal conditions television news sources come from coverage, newswire and citizen journalism. But lately, TVRI has made social media content a source of news. This phenomenon finally raises the question, as a Public Broadcasting Institution LPP, how clear is TVRI's news production? How accurate is the news? And how is the application of journalistic ethics in producing news? Therefore, this research aims to determine the clarity of TVRI's news production, accuracy and application of journalistic ethics, when TVRI produces news sourced from social media. This research approach is qualitative, using a constructivism paradigm with a case study method. The research object is social media content, while the research subject is TVRI's news management and news producers. The theory used is the theory of framing and agenda setting. As a result, the social media content used by TVRI as a source of news is only a precursor and complement. But the clarity of news production, the accuracy and application of journalistic ethics are not in doubt. In selecting social media content, the editorial team pays attention to the selection process, emphasis on an issue, and presentation. They view social media content as important and necessary to use, taking into account the media convergence era and news speed.

Keywords: *social media; clarity; accuracy; ethics*

Abstrak

Dalam kondisi ideal sumber berita televisi berasal dari liputan, *newswire* dan jurnalisme warga. Namun akhir-akhir ini, TVRI menjadikan konten media sosial sebagai sumber berita. Fenomena ini akhirnya menimbulkan pertanyaan, sebagai Lembaga Penyiaran Publik LPP, bagaimana kejelasan produksi berita TVRI? Bagaimana akurasi beritanya? Dan bagaimana penerapan etika jurnalistiknya dalam memproduksi berita? Karena itu, penelitian ini bertujuan untuk mengetahui kejelasan produksi berita TVRI, akurasi dan penerapan etika jurnalistik, ketika TVRI memproduksi berita yang bersumber dari media sosial. Pendekatan penelitian ini secara kualitatif, menggunakan paradigma konstruktivisme dengan metode studi kasus. Objek penelitian konten media sosial sedangkan subjek penelitian adalah pihak manajemen pemberitaan dan produser berita TVRI. Teori yang digunakan adalah teori *framing* dan *agenda setting*. Hasilnya, konten media sosial yang digunakan TVRI sebagai sumber berita hanya sebagai pendahulu dan pelengkap. Namun kejelasan produksi berita, akurasi dan penerapan etika jurnalistiknya tidak diragukan. Dalam pemilihan konten media sosial, tim redaksi memperhatikan proses seleksi, penekanan atas sebuah isu, dan penyajian. Mereka memandang konten media sosial penting dan perlu digunakan, dengan mempertimbangkan era konvergensi media dan kecepatan berita.

Kata Kunci: Media Sosial; Kejelasan; Akurasi; Etika

PENDAHULUAN

Dalam kondisi ideal, redaksi berita televisi mendapatkan berita dari liputan reporter di lapangan, dan konten video langganan *newswire* serta video kiriman masyarakat (*citizen journalism*). Reporter adalah wartawan yang bertugas meliput peristiwa dan mengumpulkan bahan berita (*news gathering*). Dari informasi yang diperoleh di lokasi kejadian, diolah, dirangkum menjadi naskah berita disebarluaskan melalui layar televisi untuk pemirsanya (Suryani, 2020). Sedangkan *newswire* adalah penyedia layanan dengan siaran pers atau pengumuman berita. *Wire* artinya kabel. Beberapa tahun lalu, penyedia layanan ini memberikan aksesnya menggunakan kabel. Tapi kini layanan *newswire* menyampaikan informasi melalui *downlink* satelit atau saluran telepon konvensional yang terhubung ke komputer (Sterling, 2004). Sumber berita lainnya adalah video kiriman masyarakat (*citizen journalism*). Kamus Oxford mendefinisikan jurnalisme warga atau *citizen journalism* sebagai pengumpulan, penyebaran, dan analisis berita dan informasi oleh masyarakat umum, terutama melalui Internet, (Kamus O., 2015).

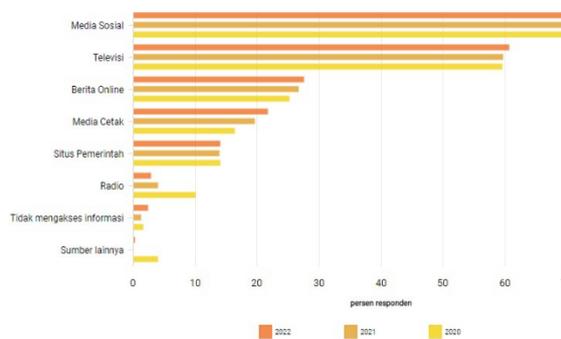
Namun seiring dengan perkembangan teknologi, media sosial menjadi sebuah media baru alternatif yang mendapatkan tempat oleh khalayak. Media sosial yang awalnya hanya untuk jaringan pertemanan, kini menjadi sarana untuk menyebarkan informasi, tak hanya untuk komunitasnya, tapi bisa diakses oleh siapapun. Media sosial

adalah media komunikasi daring, dimana para penggunanya dapat dengan mudah berpartisipasi, berbagi, menciptakan isi, mendukung interaksi sosial, dan mengubah komunikasi menjadi dialog interaktif (Cahyono, 2016).

Di dalam *platform* media sosial Instagram, Facebook, Twitter, TikTok, YouTube dan Whatsapp, kerap kali terunggah sebuah momentum peristiwa, lengkap dengan video dan deskripsi singkat yang mendukungnya. Selanjutnya media televisi dan media sosial beradu cepat dalam mengkonversi menjadi sebuah paket berita, layaknya berita pada umumnya.

Kebijakan redaksi mengambil konten media sosial sebagai sumber berita, karena selain memiliki *news value*, juga sejalan dengan kondisi sosial masyarakat Indonesia yang sedang gemar bermedia sosial. Data Survey.literasidigital sepanjang 2020 hingga 2022 menunjukkan, media sosial adalah sumber informasi paling mudah diakses, mengalahkan televisi, media online, media cetak,

Grafik Sumber Informasi yang Biasa Diakses Responden Akhir 2022



Sumber: Survei.literasidigital

Data dari Survei.literasidigital inilah yang coba dimanfaatkan

redaksi televisi nasional untuk mengemas kontennya menjadi karya jurnalistik layak siar. Permasalahannya, bagaimana redaksi harus mempertanggungjawabkannya jika ternyata berita yang bersumber dari media sosial ini salah. Sementara mereka sudah dituntut untuk menyiarkan secara cepat, apalagi dalam format acara *Breaking News*. Disisi lain belum ada regulasi yang mengatur konten media sosial ketika dijadikan sumber berita resmi.

Televisi Republik Indonesia TVRI, sebagai Lembaga Penyiaran Publik memiliki 8 (delapan) buletin berita yang disiarkan secara harian, seperti ditunjukkan dalam tabel 1. Buletin-buletin berita tersebut sering kali menggunakan konten media sosial sebagai sumber berita. Bahkan ada buletin berita TVRI yang kontennya 100 persen menggunakan konten dari media sosial yaitu Sketsa Netizen.

Tabel 1
Daftar Buletin Harian TVRI Nasional

No	Nama Buletin	Jam Tayang	Durasi
1	Klik Indonesia Pagi	06.00-17.00 WIB	60 menit
2	Info Terkini	09.00-09.05 WIB 11.00-11.05 WIB	5 menit
3	Klik Indonesia Siang	12.00-13.00 WIB	60 menit
4	Pilihan Rakyat	16.00-16.30 WIB	30 menit
5	Sketsa Netizen	17.30-18.00 WIB	30 menit
6	Klik Indonesia Petang	18.00-19.00 WIB	60 menit
7	Dunia Dalam Berita	21.00-21.30 WIB	30 menit
8	Klik Indonesia Malam	00.00-00.30 WIB	30 menit

Produser dan redaktur buletin berita di TVRI Nasional kerap mengambil konten media sosial viral sebagai sumber berita. Contoh berita penganiayaan berat Mario Dandy terhadap David Ozora, kekerasan

Kelompok Kriminal Bersenjata (KKB) di Papua, pembatalan tuan rumah Piala Dunia U20 FIFA, hingga perang Rusia-Ukraina yang sumber visualnya berasal dari konten viral di media sosial.

Dari fakta di atas jelas bahwa TVRI sebagai Lembaga Penyiaran Publik yang kredibel, mengambil konten berita tidak resmi, yang tidak diperoleh dari tim liputan di lapangan. Pengambilan konten media sosial sebagai sumber berita adalah sesuatu yang tidak lazim dalam proses produksi berita yang ideal.

Sesuai dengan karakternya, berita yang bersumber dari media sosial bisa mendongkrak *share* dan *rating* karena sejalan dengan banyaknya *audiens* yang menonton. Bagi Lembaga Penyiaran Swasta (LPS) dalam hal ini televisi swasta, *share* maupun *rating* memegang peranan sangat penting dalam keberlangsungan operasional lembaga penyiaran tersebut. Selanjutnya televisi swasta menjadikan situasi tersebut sebagai sebuah peluang sekaligus tantangan.

Sementara posisi TVRI dalam Undang-Undang nomor 32 tahun 2002 sudah sangat jelas, sebagai Lembaga Penyiaran Publik (LPP), yang lebih memprioritaskan penayangan berita yang informatif dan mencerdaskan, bukan sekedar berita viral, lucu atau mengundang empati maupun simpati.

Penelitian ini merupakan pengembangan dari 3 (tiga) penelitian serupa terdahulu, pertama jurnal penelitian Nasrullah Kusadjibrata dari Universitas Prof.

Dr. Moestopo (Beragama), berjudul "Efektifitas Media Sosial Sebagai Sumber Berita dalam Newsroom Televisi (Studi Kasus Kompas TV)". Kedua jurnal penelitian Tri Utami Rosemarwati dan Lisa Lindawati dari UGM Yogyakarta berjudul "Penggunaan Media Sosial Sebagai Sumber Berita oleh Jurnalis Media Daring di Indonesia". Dan ketiga jurnal penelitian Aryo Subarkah Eddyono dari Universitas Bakrie berjudul "Pemanfaatan Media Sosial Instagram oleh Redaksi Kuninganmass".

Berdasarkan latar belakang di atas, maka penelitian ini akan berusaha menjawab rumusan masalah berikut, "Bagaimana kejelasan liputan, akurasi dan penerapan etika produksi maupun siarannya, ketika TVRI Nasional menggunakan konten media sosial sebagai sumber berita."

Dalam penelitian ini, peneliti menggunakan tinjauan teoritik tentang teori *framing* dan teori *agenda setting*. Teori *framing* bertujuan untuk mengidentifikasi skema individu memandang dunia. Akar teori pembingkai sering dikaitkan dengan sosiolog Erving Goffman yang berpendapat bahwa desain interpretatif merupakan elemen sentral dari sistem kepercayaan budaya. Marvin Minsky (1975) juga mendefinisikan *frame* sebagai sebuah template atau struktur data yang mengorganisasikan bermacam-macam bit dan serpihan informasi dan diindikasikan dengan elemen-elemen konkrit kognitif. Elemen kognitif yang dimaksud meliputi

sesuatu yang dipercayai oleh seseorang, bisa berupa dirinya sendiri, tingkah lakunya atau juga pengamatan sekeliling. Sedangkan James W. Tankard dkk (1990) menggambarkan *frame* sebagai pusat organisasi ide untuk isi berita yang menyediakan konteks dan saran mengenai isu apa yang akan digunakan melalui seleksi, penekanan, penyajian, dan elaborasi.

Sedangkan teori *agenda setting* atau teori penyusunan agenda membicarakan tentang peran besar media massa dalam menentukan agenda orang-orang yang terdampak informasi tersebut. Masyarakat akan menjadi terbiasa dengan berita-berita yang disampaikan media, sehingga menjadi bahan pembicaraan mereka sehari-hari. Teori *agenda setting* ini dirintis tahun 1968, ketika berlangsungnya penelitian tentang kampanye pemilihan presiden Amerika Serikat oleh Maxwell McComb dan Donald L. Shaw. Selanjutnya banyak dilakukan studi dan penelitian terkait konsep dan metodenya. Diantaranya Rogers dan Dearing yang mengatakan bahwa fungsi *agenda setting* merupakan proses linear yang terdiri dari tiga bagian, yaitu agenda media, agenda publik, dan agenda kebijakan publik.

METODOLOGI PENELITIAN

Penelitian dilakukan di TVRI pada bulan Mei hingga Juli 2023 di *Newsroom* TVRI Nasional, Jl. Gerbang Pemuda Senayan, Jakarta Pusat.

Penelitian menggunakan pendekatan kualitatif yang selanjutnya menggunakan metode studi kasus. Creswell dalam bukunya yang berjudul "*Qualitative Inquiry And Research Design*" menjelaskan, studi kasus merupakan penelitian dimana peneliti menggali suatu fenomena tertentu (kasus) dalam suatu waktu dan kegiatan (program, even, proses, institusi atau kelompok sosial) serta mengumpulkan informasi secara terinci dan mendalam dengan menggunakan berbagai prosedur pengumpulan data selama periode tertentu. Selanjutnya Creswell menjelaskan, apabila memilih studi untuk suatu kasus, dapat dipilih dari beberapa program studi atau sebuah program studi dengan menggunakan berbagai sumber informasi yang meliputi: observasi, wawancara, materi audio-visual, dokumentasi dan laporan.

Metode penelitian ini sangat cocok untuk mengeksplorasi fenomena di *Newsroom* TVRI Nasional yang melakukan sesuatu tidak lazim, yakni mengambil berita dari konten media sosial. Peneliti akan melakukan observasi di *Newsroom* TVRI Nasional, wawancara dengan produser, mengambil dokumentasi dan membuat laporan.

Objek penelitian dalam penelitian ini adalah konten media sosial sebagai sumber berita. Sementara itu, subjek penelitian atau informan adalah tim redaksi atau pihak-pihak yang berkaitan langsung dengan produksi berita TVRI Nasional, meliputi produser berita dan pihak manajemen pemberitaan

TVRI Nasional. Untuk menghindari hasil penelitian yang normatif, peneliti menggunakan informan pembanding, yakni penonton berita TVRI dan produser berita televisi swasta, yakni MetroTV dan KompasTV.

Data yang terkumpul akan di analisis menggunakan *Analysis Interactive Model* dari Miles dan Huberman. Analisis data ini terbagi ke dalam empat tahapan, meliputi pengumpulan data (*data collection*), reduksi data (*data reduction*), penyajian data (*data display*), dan penarikan kesimpulan atau verifikasi (*conclutions*).

HASIL DAN PEMBAHASAN

Selama penelitian di *Newsroom* TVRI Nasional, objek penelitian berupa konten media sosial masih digunakan sebagai sumber pemberitaan, mengacu pada kebutuhan berita di redaksi. Konten tersebut berasal dari *platform* Instagram, Facebook, Youtube, TikTok dan Twitter. Konten tersebut biasanya berupa video kejadian yang sedang viral dan mendapatkan perhatian masyarakat, seperti kecelakaan maut, bencana alam, insiden penembakan, terorisme, kriminalitas, narkoba dalam jumlah besar, kerusakan dan lain sebagainya. Redaksi mengunduh dari akun pengunggah pertama, meski sering kali redaksi mengunduh dari hasil unggahan ulang. Konten yang disiarkan dibubuhi sumber akun pengunggahnya.

Konten tersebut biasanya hanya digunakan pada kesempatan pertama, atau beberapa saat setelah

peristiwa terjadi. Selanjutnya redaksi akan mem-*follow up* dengan mengirim tim liputan, atau mengkonfirmasi terhadap pihak terkait di lokasi kejadian.

Konten yang diambil umumnya gratis atau tidak berbayar. Jika pemilik konten mengharuskan TVRI membayar, maka redaksi akan mempertimbangkan sesuai dengan ketentuan yang berlaku. Selama ini belum pernah terjadi, pemilik akun media sosial meminta bayaran kepada redaksi TVRI.

Konten yang diunduh kemudian di proses di *Newsroom*. Di tempat inilah pusat kegiatan produksi berita TVRI Nasional selama 24 jam tanpa henti. Meski ada fenomena sumber berita dari media sosial, kegiatan rutin rapat redaksi tetap berjalan. Rapat redaksi ini bisa secara tatap muka langsung atau dengan media sosial, baik Whatsapp group maupun Zoom. Namun dalam rapat redaksi jarang membahas konten-konten media sosial, karena umumnya *agenda setting* redaksi lebih mengedepankan isu dan fenomena yang akan diliput.

Berdasarkan hasil wawancara dengan para informan yaitu Aria Dhanu Prihantomo selaku Ketua Tim Pemberitaan, Fitria Herbiyanti selaku produser Klik Indonesia Petang dan M. Arif Darmawan selaku produser Klik Indonesia Siang, mereka menegaskan ketika menjadikan konten media sosial sebagai sumber berita, mereka tetap memperhatikan SOP produksi berita, memastikan akurasi dan mengedepankan etika dalam penayangannya.

Tim redaksi TVRI Nasional memiliki standar khusus dalam memproduksi berita jenis ini. Produser berita TVRI Nasional, Fitria Herbiyanti menegaskan, mereka tetap berhati-hati dalam memilih berita dari medsos. Artinya, pemilihan sebuah berita dari media sosial hingga akhirnya tayang, melalui sebuah proses, tidak asal viral kemudian ditayangkan. Informan Arif Darmawan juga menjelaskan Produser tetap berdiskusi atau rapat dengan tim, terkait verifikasi, dampak, tanggung jawab redaksi atas berita tersebut.

Akurasi dalam penyiaran sebuah berita adalah syarat mutlak. Menurut Hikmat Kusumaningrat dan Purnama Kusumaningrat, akurasi dalam pemberitaan adalah benar dalam memberi kesan umum, benar dalam sudut pandang pemberitaan yang dicapai lewat penyajian serta penekanan detail faktanya. Ketika Redaksi TVRI menyajikan berita yang berasal dari konten media sosial, verifikasi adalah syarat wajib sebelum disiarkan. M. Arif Darmawan menjelaskan, TVRI tidak beradu cepat dalam menyiarkan berita yang sedang viral di media sosial. Tetapi mereka mengedepankan verifikasi ke pemilik akun media sosial atau kepada pihak berwenang.

Sementara itu terkait dengan penerapan etika dalam produksi dan siarannya, Redaksi TVRI selalu mengedepankan Kode Etik Jurnalistik yang diterbitkan Dewan Pers. Dalam kasus pengambilan konten media sosial untuk sumber berita di TVRI, etika ini hanya berlaku saat penayangan, karena pengambilan

data dan visual di lapangan, redaksi belum menurunkan tim. Fitria Herbiyanti mengatakan, etika paling dasar yang harus dilakukan tim redaksi dalam menyiarkan sumber berita dari media sosial adalah pencantuman sumber pengunggah di *platform* media sosial. Mereka menjadikan Kode etik Jurnalistik sebagai pegangan redaksi, bersama Pedoman Perilaku Penyiaran dan Standar Program Siaran (P3SPS), dan juga Peraturan Direksi LPP TVRI No: 27/PRTR/DireksiTVRI/2022 atau mereka sebut PRTR 27.

Di *Newsroom* MetroTV dan KompasTV, mereka juga menggunakan konten media sosial sebagai sumber berita. Sama seperti TVRI, mereka menempatkan konten media sosial sebagai konten pendahulu atau konten pelengkap. Bahkan KompasTV hanya menggunakan konten visual saja. Sedangkan naskah mereka kembangkan sendiri dengan narasumber di lapangan saat itu juga. Mereka sangat berhati-hati dalam memproses berita dari media sosial. Redaksi MetroTV tidak akan mengambil konten media sosial jika belum ada izin dari pemilik konten. Komunikasi dengan pemilik konten tidak sebatas izin, namun juga sekaligus konfirmasi dan validasi atas konten yang akan diambil, sehingga akurasi tetap terjaga. *Newsroom* MetroTV juga didukung bagian *Research and Development*, untuk pertimbangan dan evaluasi jika menggunakan sumber berita dari media sosial.

Terkait *framing* berita di TVRI Nasional, para informan

menjelaskan, mereka telah memiliki PRTR 27 yang mengatur siaran berita TVRI independen, netral dan tidak komersil. TVRI adalah media informasi pendidikan, hiburan yang sehat, kontrol dan perekat sosial, serta pelestari pemaju budaya bangsa dengan senantiasa berorientasi pada kepentingan publik. Dengan demikian sudah jelas bingkai atau *framing* konten berita yang disiarkan. Seperti dikatakan Aria Dhanu, bingkai TVRI sudah sangat kuat dan tidak bisa dibelokkan hanya karena isu viral di media sosial. Penjelasan Aria Dhanu ini sesuai dengan teori *framing* yang diungkapkan Marvin Minsky. mendefinisikan *frame* sebagai sebuah *template* atau struktur data yang mengorganisasikan bermacam-macam bit dan serpihan informasi dan diindikasikan dengan elemen-elemen konkrit kognitif. Elemen kognitif yang dimaksud meliputi sesuatu yang dipercayai oleh seseorang, bisa berupa dirinya sendiri, tingkah lakunya atau juga pengamatan sekeliling.

James W. Tankard dkk juga menggambarkan *frame* sebagai pusat organisasi ide untuk isi berita yang menyediakan konteks dan saran mengenai isu apa yang akan digunakan melalui seleksi, penekanan, penyajian, dan elaborasi. Mengacu pada pendapat Tankard, ide untuk isi berita TVRI dari konten media sosial, tim redaksi menyajikan secara cermat sesuai standar baku dan etika penyiaran. Redaksi sangat memperhatikan penekanan dari konten-konten yang diseleksi. Konten-konten media

sosial, bukan untuk menbelokkan *framing* yang sudah ada, justru sebaliknya, konten tersebut dikemas untuk mendukung *framing* yang sudah terbentuk sebelumnya. Dari penjelasan para informan sudah sangat jelas, meski konten diperoleh dari media sosial, mereka tetap bisa mengemas berita sesuai *framing* yang ditetapkan TVRI.

Sedangkan teori *agenda setting* adalah sebuah teori komunikasi massa yang menyatakan bahwa media memiliki kemampuan untuk menentukan isu mana yang penting bagi publik. Teori ini pertama diperkenalkan Maxwell McCombs dan Donald Shaw. Sejak kemunculannya, teori ini terus berkembang, khususnya dalam dunia komunikasi massa. Bernard C. Cohen mendefinisikan teori *agenda setting* sebagai teori yang menyatakan bahwa media massa merupakan pusat penentuan kebenaran, yang mampu mentransfer dua elemen, yakni kesadaran serta informasi ke dalam agenda publik. Caranya dengan mengarahkan kesadaran dan perhatian publik pada isu yang dianggap penting oleh media massa. Pendapat Cohen ini memiliki korelasi dengan yang terjadi di *Newsroom* TVRI Nasional, ketika menjadikan konten media sosial sebagai sumber berita. Berdasarkan wawancara dengan para informan, mereka mengarahkan perhatian publik pada isu yang dianggap penting dengan cara mengambil konten media sosial. Perhatian publik umumnya searah dengan isu yang sedang viral di media sosial, sehingga pengambilan konten media sosial dipandang perlu

dan penting dilakukan. Dengan demikian *agenda setting* redaksi TVRI tetap terjaga meski memproduksi berita yang bersumber dari media sosial.

Dalam padangan pemirsa TVRI, mereka bisa memahami dijadikannya konten media sosial sebagai sumber berita. Informan pemirsa Bambang Ekosroyo melihat penyajian berita jenis ini memang sedikit berbeda. Sedangkan informan Ferry Prihadi melihat, meski kontennya dari media sosial, arah maupun gaya berita TVRI tidak berubah. Mereka masih percaya para *gatekeeper* redaksi TVRI menjamin akurasi dan kebenaran beritanya. Berita di media sosial yang liar dan tidak berstandar broadcast, tetap dikemas menarik serta mengedepankan etika, sama seperti berita pada umumnya.

SIMPULAN

Dari hasil penelitian di atas maka dapat ditarik kesimpulan, konten media sosial yang dijadikan sebagai sumber berita di TVRI Nasional diposisikan sebagai konten pendahulu dan pelengkap, untuk memenuhi kebutuhan kecepatan berita. Berita tersebut selanjutnya ditindak lanjuti dengan mengirimkan tim liputan untuk pendalaman berita. Namun berita yang bersumber dari media sosial tersebut, tidak diragukan kejelasan liputannya. Meskipun cara memperoleh tidak melalui tahapan seperti pada umumnya, meliputi tahapan pra produksi, liputan dan pasca peliputan, namun dalam proses pemilihan konten media sosial, tim redaksi tetap memperhatikan proses

seleksi, penekanan atas sebuah isu, dan mendesain penyajiannya. Jadi berita tidak asal viral, namun melalui proses hingga diputuskan menjadi sumber berita.

Akurasi dalam berita TVRI yang bersumber dari media sosial juga bisa dipertanggungjawabkan. Tim redaksi melakukan verifikasi kepada pengunggah dan juga pihak terkait, sekaligus untuk memperdalam isu tersebut sebelum ditayangkan. Redaksi TVRI lebih mengedepankan kebenaran atas sebuah konten dari media sosial daripada beradu cepat tayang dengan stasiun televisi lainnya.

Etika dalam penggunaan media sosial untuk sumber berita di TVRI juga tetap di perhatikan. Para produser memegang teguh aturan yang berlaku, baik Kode Etik Jurnalistik Dewan Pers, P3SPS yang dikeluarkan Komisi Penyiaran Indonesia (KPI) maupun Peraturan Direksi LPP TVRI No. 27/PRTR/Direksi/TVRI/2022.

Konten media sosial ini sifatnya hanya berita pendahulu dan pelengkap, sehingga tidak bisa mengubah *framing* TVRI yang sudah ada. Justru sebaliknya, redaksi menempatkan konten media sosial untuk memperkuat tayangan berita sesuai *framing* yang ditentukan. Keberadaan konten media sosial ini juga dipandang penting dan perlu, karena di era konvergensi media, media sosial sudah menjadi bagian dari kehidupan masyarakat, dan TVRI harus melakukan adaptasi.

Dari kesimpulan di atas, peneliti menyarankan Redaksi TVRI lebih memperketat seleksi pemilihan konten media sosial. Meski viral,

konten tersebut tidak wajib dijadikan berita, karena TVRI harus lebih mengedepankan fungsi dan perannya sebagai Lembaga Penyiaran Publik (LPP). Selain itu redaksi TVRI harus mewajibkan verifikasi ke pengunggah pertama, sebelum memutuskan menjadikan sumber berita.

Penelitian ini bisa dikembangkan dari sisi regulasi dengan menggunakan informan pakar yang kompeten. Penelitian serupa juga bisa dikembangkan di TVRI Sport, TVRI World, stasiun televisi swasta, dan stasiun televisi lokal yang tidak didukung finansial memadai.

DAFTAR PUSTAKA

Buku

- Fred, Wibowo, (2007) *Teknik Produksi Program Televisi*, Surabaya: Pinus Book Publisher
- Griffiths, Mary & Barbour, Kim, (2016) *Making Publics, Making Places*. Adelaide: University of Adelaide Press
- Halim, Syaiful, (2012) *Reportase dan Produksi Berita Televisi*, Yogyakarta: Matahari Production.
- Hikmat, H. Mahi M. (2018) *Jurnalistik : Literary Journalism*. Jakarta: Prenadamedia Group
- Intani ZA, Retno. (2017) *TVRI Sebagai Lembaga Penyiaran Publik Reinvensi dan Implementasi atas Pemaknaan Televisi Publik*, Jakarta: PT Mandala Nasional (Publishing)
- Littlejohn, Stephen W. & Foss, Karen A. (2009) *Encyclopedia of Communication Theory*. California: SAGE Publications, Inc.

- Morissan, M.A. (2008) *Jurnalistik Televisi Mutakhir*, Jakarta: Media Grafika 77.
- Nugroho, B., & Samsuri. (2013) *Pers Berkualitas, Masyarakat Cerdas*. Jakarta: Dewan Pers
- Pendleton, Ivy K (2013) *A Quick Reference Mini Book for Public Relations and Publicity Strategy*, Washington DC: The Communications Agency
- Suryani, Heni. (2020) *Cara Praktis Reporter Pemula Memburu Berita*. Jakarta: CV. Pilar Nusantara.
- Wahyuningsih, Sri (2013) *Metode Penelitian Studi Kasus*, Bangkalan: UTM Press
- Wibawa, Darajat, (2020) *JURNALISME WARGA: Perlindungan, Pertanggungjawaban, Etika dan Hukum*, Bandung: CV. Mimbar Pustaka
- Jurnal**
- Hadi, Ido Prijana, (2017). *Akurasi Berita di Media Sosial Menurut Pengguna (Studi Fenomenologi Pengguna Media Sosial)*. In: *Komunikasi Dalam Membangun Kebersamaan Dan Kemajemukan Bangsa*. Konferensi Nasional ASPIKOM 2017, 05-10-2017, Salatiga - Indonesia.
- Hariyanto,. (2019). *Penerapan Bahasa Jurnalistik dalam Penulisan Naskah Siaran. Berita pada Karya Praktikum Jurnalistik Televisi*. Klitika: Jurnal Ilmiah Pendidikan Bahasa dan Sastra Indonesia. Volume 1, Nomor 2, 2019, pp 117 – 131
- Kusadjibrata, Nasrullah, (2019). *Efektifitas Media Sosial Sebagai Sumber Berita dalam Newsroom Televisi (Studi Kasus Kompas TV)*, Jurnal Ilmiah Komunikasi, Vol 23 No 2 (2019): Vol. 23 No. 2 Agustus 2019 IKON
- Muslimah, Fauziah, (2022). *Podcast Sebagai Media Alternatif Praktik Jurnalistik Radio oleh Tempo*, Jurnal Studi Jurnalistik Vol 4, No 1 Ramadhan, andika, (2022). *Praktik Jurnalistik dalam Era Media Sosial: Studi Kasus pada Jurnalis Televisi, Skripsi*, Jakarta: Universitas Islam Negeri Syarif Hidayatullah
- Ritonga, Elfi Yanti. (2018). *Teori Agenda Setting dalam Ilmu Komunikasi*. Jurnal Simbolika, 32-41
- Rosemarwati, Tri Utami dan Lindawati, Lisa (2019). *Penggunaan Media Sosial Sebagai Sumber Berita oleh Jurnalis Media Daring di Indonesia*, Yogyakarta: Jurnal Studi Komunikasi dan Media ISSN: 1978-5003 e-ISSN: 2407-6015
- Sarvika, MA, & Mayangsari, ID, (2016). *Produksi Siaran Berita Televisi (Studi Deskriptif Pada Proses Produksi Siaran Program Berita Ada Berita Petang Di Jak-tv)*. Vol 3 No 2.
- Wijaya, Stefani dan Eddyono, AS, (2021). *Pemanfaatan Media Sosial Instagram oleh Redaksi Kuninganmass*, Jurnal Ilmu Komunikasi, Vol. 4(1), April, 2021, pp 73-85