

KEBIJAKAN REDAKSI MEDIA SOSIAL PARTAI DEMOKRASI INDONESIA PERJUANGAN JAKARTA TIMUR DALAM MENENTUKAN PEMBERITAAN

Bayquni, Ardhyca Ade Saputra

Fakultas Ilmu Komunikasi Univ. Prof. Dr. Moestopo (Beragama)
bayquni_bayu@yahoo.com

Abstract

In this study, researchers tried to research a social media that people might not know much about, namely the Facebook Fan Page Account Dewan Pimpinan Cabang Partai Demokrasi Indonesia Perjuangan Jakarta Timur. The purpose of this study is to find out more in the editorial policies of Facebook Fan Page Dewan Pimpinan Cabang Partai Demokrasi Indonesia Perjuangan Jakarta Timur in determining the news worthy of circulation. In order to study more about social media editorial policies Facebook Fan Page Account Dewan Pimpinan Cabang Partai Demokrasi Indonesia Perjuangan Jakarta Timur Jakarta Timur researchers use the methodology of Moderate Participation Observation: in this study there is a balance between researchers being insiders and being outsiders. The researcher also participated in participatory observation in several activities, but not fully. The results of this study are Facebook Fan Page Accounts Dewan Pimpinan Cabang Partai Demokrasi Indonesia Perjuangan Jakarta Timur Jakarta Timur have a policy in making news. News writers are required to have a mindset that is in accordance with the style of language and writing must also be in accordance with the segmentation of the reader, in order to understand what they need to observe how to advance the theory of Hierarchy of Influence in Facebook Fan Page Accounts Dewan Pimpinan Cabang Partai Demokrasi Indonesia Perjuangan Jakarta Timur.

Keywords: Editorial Policy, Facebook Fan Page, PDI Perjuangan Jakarta Timur

Abstrak

Tujuan penelitian ini untuk mengetahui lebih dalam kebijakan redaksi Akun Fan Page Facebook Dewan Pimpinan Cabang Partai Demokrasi Indonesia Perjuangan Jakarta Timur Timur dalam menentukan berita-berita yang layak edar. Agar dapat mengkaji lebih dalam mengenai kebijakan redaksi media sosial Akun Fan Page Facebook Dewan Pimpinan Cabang Partai Demokrasi Indonesia Perjuangan Jakarta Timur Jakarta Timur peneliti menggunakan metodologi Observasi Partisipasi Moderat. Dalam penelitian ini terdapat keseimbangan antara peneliti menjadi orang dalam dan menjadi orang luar. Peneliti turut melakukan observasi partisipatif dalam beberapa kegiatan, tetapi tidak sepenuhnya. Hasil penelitian ini adalah Akun Fan Page Facebook Dewan Pimpinan Cabang Partai Demokrasi Indonesia Perjuangan Jakarta Timur mempunyai kebijakan dalam pembuatan sebuah berita. Para penulis berita dituntut memiliki pola pikir yang sesuai dengan gaya bahasa serta penulisan juga harus sesuai dengan segmentasi pembaca, agar mengerti apa saja yang dibutuhkan mereka untuk mengamati bagaimana penerepan teori *Hierarchy of Influence* di Akun Fan Page Facebook Dewan Pimpinan Cabang Partai Demokrasi Indonesia Perjuangan Jakarta Timur.

Kata Kunci: Kebijakan Redaksi, Fan Page Facebook, PDI Perjuangan Jakarta Timur

PENDAHULUAN

Dalam perkembangannya, internet telah memberikan kekuatan baru pada industri-industri kreatif. Kreatifitas konten-konten di dalam internet dapat dilihat

dari interaksi antara internet dengan manusia yang menarik dan atraktif. Hal ini memunculkan banyaknya aplikasi-aplikasi seperti *Facebook, Twitter, Instagram*. Karena pertumbuhannya yang cepat, *new media* telah

menjadi faktor terbesar dalam pengembangan industri-industri media massa.

Salah satu media sosial yang sangat populer di masyarakat saat ini adalah Facebook. "Facebook adalah sebuah layanan jejaring sosial dan situs web yang diluncurkan pada Februari 2004 yang dioperasikan dan dimiliki oleh Facebook, Inc.

Kebijakan redaksi dalam pemilihan berita yang akan dipublikasikan tersebut juga sesuai dengan yang diungkapkan oleh Deddy Iskandar Muda (2005:22) dalam bukunya *Jurnalistik Televisi Menjadi Reporter Profesional*, bahwa berita adalah suatu fakta, akurat, ide, tepat waktu, menarik, serta dianggap penting bagi sejumlah besar khalayak. Karena itulah sebuah informasi atau pemberitaan melalui *new media* harus memiliki nilai berita (*news value*) agar cepat mendapat perhatian masyarakat, mengingat minat masyarakat terhadap *new media* adalah keunggulannya yang cepat dalam menyebarkan sebuah informasi.

Menurut Luwi Ishwara (2011:76-80), nilai berita (*news value*) adalah karakteristik intrinsik yang terdapat dalam sebuah berita. Nilai berita ini menjadi ukuran yang berguna atau yang biasa diterapkan untuk menentukan layak berita.

Kebijakan redaksional merupakan jantung dari proses yang dilakukan dalam memproduksi isi berita suatu kontrol internal yang berlaku di dalamnya. Kebijakan redaksional ini memengaruhi dan mengontrol isi yang akan diterbitkan pada halaman yang disediakan dalam menjalankan fungsinya kepada masyarakat.

Suatu berita yang diterbitkan, dipilih melalui proses perencanaan dan bahkan hasil kajian yang cukup panjang. Dalam hal ini Dewan Pimpinan Cabang Partai Demokrasi Indonesia Perjuangan Jakarta Timur tentu mempunyai proses penarikan berita. Tidak mungkin berita tersebut berita asal bunyi tanpa kejelasan dan keaslian berita. Karena Dewan Pimpinan Cabang Partai Demokrasi Indonesia Perjuangan Jakarta Timur memiliki kode etik yang mereka

gunakan sebagai patokan dalam memuat berita. Apakah berita tersebut layak di terbitkan atau tidak layak, jika layak dan sesuai kode etik pasti diterbitkan, jika tidak sesuai kode etik pasti tidak diterbitkan atau dilarang.

Kenapa Dewan Pimpinan Cabang Partai Demokrasi Indonesia Perjuangan Jakarta Timur memilih Facebook sebagai medianya, karena Facebook adalah media yang tepat untuk dijadikan propaganda dan rata-rata banyak digunakan oleh semua orang, jadi sudah sangat menjangkau semua kalangan atau lebih dekat dengan semua orang.

Alasan mengapa Dewan Pimpinan Cabang Partai Demokrasi Indonesia Perjuangan Jakarta Timur menerbitkan berita di Facebook Dewan Pimpinan Cabang Partai Demokrasi Indonesia Perjuangan Jakarta Timur adalah: efisien, mudah dijangkau, bisa diakses kapanpun, lebih dekat dengan banyak orang, tidak mengeluarkan biaya yang besar, cepat.

Atas dasar diatas maka ditetapkan media FaceBook Dewan Pimpinan Cabang Partai Demokrasi Indonesia Perjuangan Jakarta Timur sebagai informasi terkait banyak hal.

LITERATUR DAN METODOLOGI

Teori Komunikasi Massa

Komunikasi massa adalah proses pertukaran pesan antara komunikasi dengan komunikan, dimana komunikan dalam komunikasi massa tak hanya berupa individu melainkan khalayak. Banyak (publik). Mediumnya pun berupa media massa karena sifat media massa yang dapat mencakup khalayak banyak.

Deddy Mulyana (2007:83) mendefinisikan bahwa komunikasi massa adalah komunikasi yang menggunakan media-media massa cetak maupun elektronik, dengan harga yang relatif mahal, dan dikelola oleh suatu lembaga atau perorangan, yang isinya ditujukan untuk seluruh masyarakat yang tersebar diberbagai tempat, tanpa mengetahui khalayak (anonim dan heterogen).

Dalam proses pengembangannya

kebudayaan manusia, komunikasi massa menjadi proses dan bidang ilmu komunikasi yang mempunyai tingkat pengaruh cukup penting bagi perubahan dan dinamika sosial kehidupan manusia. Hal ini membuat media massa menjadi salah satu bagian dari institusi terkuat di dalam masyarakat. Dalam Komunikasi Massa, media massa berperan begitu perkasa, dan menjadi otoritas tunggal yang menyeleksi, memproduksi pesan, dan menyampaikan pesan pada khalayak.

Pesan-pesan yang disampaikan beraneka ragam, tidak unik, serta dapat diprediksi. Dennis McQuail (2011:148) menyebutkan bahwa pesan-pesan yang disampaikan seringkali diproses, distandarisasi, dan selalu diperbanyak terlebih dahulu. Pesan-pesan tersebut juga merupakan suatu produk dari komoditi yang mempunyai nilai tukar, serta acuan simbolik yang isinya mengandung nilai kegunaan.

Komunikasi massa memberikan peluang bagi media-media massa untuk memperbesar khalayak potensial melampaui batas-batas yang ada. Populasi yang besar serta letak geografis yang terletak berjauhan (dari berbagai negara), memungkinkan media massa untuk menjangkau khalayak secara bersamaan dengan isi konten-konten media yang disebarkan, sudah disetujui oleh mereka yang memiliki kekuasaan politik dan sosial.

Menurut Luwi Ishwara (2011:76-80), nilai berita (news value) adalah karakteristik intrinsik yang terdapat dalam sebuah berita. Nilai berita ini menjadi ukuran yang berguna atau yang biasa diterapkan. untuk menentukan layak berita. Peristiwa-peristiwa yang memiliki nilai berita ini misalnya yang mengandung poin-poin sebagai berikut: 1) Konflik. Isi berita mengenai sebuah konflik selalu terlihat menarik di mata khalayak. Misalnya, bentrokan antar manusia, antar kelompok, bangsa, perang dan sebagainya; 2) Kemajuan dan Bencana. Berita mengenai sebuah kejadian yang meliputi keberhasilan atau penemuan baru, juga meliputi keberhasilan atau penemuan baru, juga meliputi bencana-bencana yang

terjadi di lingkungan sekitar; 3) Konsekuensi. Meliputi sebuah peristiwa yang kiranya dapat mengakibatkan atau peristiwa-peristiwa lainnya, yang mempengaruhi banyak orang, misalnya kampanye politik dan bencana alam; 4) Kemasyhuran dan Terkemuka. Adanya berita mengenai orang-orang terkenal atau orang-orang penting. Misalnya prediksi seorang pengamat ekonomi, juga berita mengenai pemimpin politik nasional; 5) Timeliness dan Proximity. Saat yang tepat (timeliness) dan kedekatan (proximity) adalah ukuran yang diterapkan pada berita untuk menentukan apakah layak dihimpun atau dimana bisa dijual. Orang cenderung tertarik dengan peristiwa berita yang berdekatan dengan wilayahnya dan aktual; 6) Keganjilan. Meliputi berita mengenai sesuatu yang tidak lazim dan mengundang perhatian orang-orang disekitarnya; 7) Human Interest. Peristiwa-peristiwa yang mengandung unsur kemanusiaan, menyangkut emosi, fakta biografis, kejadian-kejadian yang dramatis, deskripsi, motivasi, ambisi, kerinduan, suka dan ketidaksukaan umum di masyarakat; 8) Seks. Sesuai dengan perubahan zaman, berita-berita mengenai seks kini diungkapkan lebih terbuka. Seks ini umum dipertimbangkan oleh para editor sebagai nilai berita. Seks menjadi nilai berita yang tinggi bila melibatkan orang-orang penting; 9) Aneka nilai. Cerita-cerita yang unik, aneh, dan memiliki keganjilan namun tetap menarik untuk dibaca. Seperti seekor kucing yang menolong pendaki gunung yang tersesat. (Luwi Ishwara, 2011: 76-80)

New Media

New Media atau media baru merupakan perkembangan dari media-media yang sebelumnya telah digunakan manusia. *New Media* berasal dari transformasi media-media konvensional seperti media cetak dan media elektronik. Seiring dengan semakin berkembangnya teknologi, *new media* berhasil menggeser kehebatan media-media massa konvensional yang selama ini menjadi media penyampaian pesan. *New Media* muncul

sebagai hasil dari inovasi teknologi yang seringkali disebutkan dengan cara memisahkan diri dari media massa yang lama. Keberadaan *new media* didasari oleh pemikiran modernis pada perkembangan sosial yang dipengaruhi oleh perkembangan teknologi yang merubah kearah perkembangan sosial modern.

New media disebut sebagai sebuah istilah yang dimaksudkan untuk mencakup kemunculan *digital*, computer, atau jaringan teknologi informasi dan komunikasi di akhir abad 20. Beberapa contoh dari *new media* adalah internet, website, komputer multimedia, permainan komputer, blog, *social media*, dan aplikasi-aplikasi lainnya yang diakses melalui internet.

Teori *new media* merupakan sebuah teori yang dikembangkan oleh Pierre Levy, yang mengemukakan bahwa *new media* merupakan teori yang membahas mengenai perkembangan media dari konvensional ke era digital. Dalam teori *new media* terdapat dua pandangan yang dikemukakan oleh Pierre Levy, yaitu: 1) Pandangan interaksi sosial : yang membedakan media menurut kedekatannya dengan interaksi tatap muka. Pierre Levy memandang *World Wide Web* (WWW) sebagai sebuah lingkungan informasi manusia yang terbuka, fleksibel, dan dinamis, yang memungkinkan manusia mengembangkan orientasi pengetahuan yang baru dan juga terlibat dalam dunia demokratis tentang pembagian mutual dan pemberian kuasa yang lebih interaktif dan berdasarkan pada masyarakat; 2) Pandangan Integrasi Sosial: yang merupakan gambaran media bukan dalam bentuk informasi, interaksi, atau penyebarannya, tetapi dalam bentuk ritual, atau bagaimana manusia menggunakan media sebagai cara menciptakan masyarakat. Media bukan hanya sebuah instrument informasi atau cara untuk mencapai ketertarikan diri, tetapi menyatukan kita dalam beberapa bentuk masyarakat dan member kita rasa saling memiliki (Solomon, 2011:52)

New media dengan media *online* dan media sosial yang terdapat didalamnya menjadi dunia

baru yang member ruang sosial berbeda bagi masyarakat, kehidupan pengguna *new media*. Media *online* dan media sosial hadir dengan kebutuhan serta keunggulan-keunggulannya seperti tidak terbatas ruang dan waktu, sehingga para penggunanya dapat mengakses dimana saja dan kapan saja. Selain itu, pengguna media dapat sesegera mungkin mengirimkan *feedback* kepada komunikator.

Hal ini juga diungkapkan oleh Denis McQuail bahwa *new media* bersifat multi-arah. "mereka bersifat multi-arah, bukan hanya searah. Mereka mendorong, bahkan mensyaratkan respons. Mereka tidak memiliki khalayak, sehingga tidak ada publik massa. Mereka sangat beragam dalam bentuk kontennya, dan esesinya adalah multi-media dan multi-model. Tidak ada batasan yang jelas antara privat dan public, mereka memungkinkan diakses oleh semua orang" (McQuail, Denis, 2011:313)

Karakteristik *New Media*

New media memiliki lima karakter yang disebutkan oleh Feldman (2005:101) dalam buku Flew, sebagai berikut: *Manipulable*: hal inilah yang menjadi perdebatan mengenai keberadaan *new media*, karena sifatnya yang memungkinkan setiap orang untuk memanipulasi dan merubah berbagai data serta informasi dengan bebas, *Networkable*: khalayak dapat menyebarluaskan informasi atau berita-berita sesama pengguna, melalui jaringan internet yang tersedia, *Compressible*: kapasitas pada *new media* dapat disesuaikan dengan kebutuhan khalayak, sehingga memudahkan khalayak untuk menyimpan informasi-informasi yang didapatkan, *Padat*: untuk memiliki seluruh konten dalam *new media*, khalayak tidak lagi membutuhkan tempat yang banyak. Hanya dengan laptop yang terhubung dengan internet, khalayak dapat menyimpan berbagai konten tersebut, *Imparsial*: *new media* seringkali disebut sebagai media yang demokratis. Karena setiap orang dapat menjadi produsen maupun konsumen secara bersamaan, sehingga konten-konten dalam *new media* tidak

berpihak dan tidak dikuasai oleh siapapun.

Dari karakteristik-karakteristik diatas dapat dilihat bahwa *new media* membutuhkan penanganan yang berbeda dalam penyelenggaraannya dibanding dengan cara yang dibutuhkan oleh media konvensional lainnya. Dalam *new media* informasi yang disajikan diatur sedemikian rupa yang memudahkan pembacanya.

Dari keenam karakteristik diatas, interaktivitas adalah karakteristik yang menjadi konsep utama dari *new media*. “*interactivity is a central concept in understanding new media, but different media forms possess different degrees of interactivity, and some forms of digitized and converged media are not in fact interactive at all*” (Flew, 2005:13)

Sebagai konsep utama dari karakteristik *new media*, interaktivitas memberikan nilai tambahan serta keunggulan tersendiri bagi *new media*. Interaktivitas inilah yang menjadi kata kunci yang membedakan media konvensional dengan *new media* (Spurgeon, 2008:4).

Interaktivitas dalam konteks *new media* ini menunjukkan adanya kemampuan bagi para pengguna *new media* untuk terlibat secara langsung dan memiliki kemampuan untuk mengubah gambar atau teks yang mereka akses. Dalam hal ini, pengguna dari *new media* bukan hanya menjadi *viewer* tetapi juga *user* (Lister, 2009:21)

Kebijakan Redaksi

Dalam penulisan editorial, ada aturan atau prinsip dasar yang harus dipatuhi sebagai pedoman yang tertuang dalam kebijakan redaksi. Hal ini dimaksudkan untuk menghasilkan tulisan yang sesuai dengan warna politik yang dianut media bersangkutan. Menurut Gunawan Wiradi (1991) dalam *Ensiklopedia Nasional*, menyatakan bahwa “kebijakan secara umum diartikan sebagai kearifan mengelok. Dalam ilmu sosial, kebijakan diartikan sebagai dasar-dasar haluan untuk menentukan langkah-langkah untuk tindakan-tindakan dalam mencapai

suatu tujuan.”

Dari definisi yang telah disebutkan diatas, peneliti menyimpulkan bahwa kebijakan merupakan suatu prinsip atau patokan dasar yang membimbing tindakan dan wewenang yang dibutuhkan untuk mencapai suatu tujuan. Selanjutnya, pedoman tersebut berfungsi untuk mengarahkan langkah demi langkah untuk mencapai suatu tujuan tersebut. Sedangkan kata redaksi memiliki pengertian bagian terpenting dalam organisasi media massa yang bertugas untuk mengelola, mengawasi isi media massa.

Kebijakan redaksional merupakan sikap dasar menghadapi persoalan yang berkaitan dengan penulisan hingga penyajian berita. Opini dari media bersumber kepada kebijakan redaksi yang dapat dianalogikan sebagai sebuah ideologi suatu partai politik yang harus menjadi dasar seluruh kegiatan jurnalistik. Kebijakan redaksi ditentukan oleh visi dan misi media massa, termasuk menyesuaikan dengan perekonomian untuk mempertahankan dan mengembangkan berita selaras dengan kebutuhan pemirsa. Umumnya, pemimpin redaksi bertanggung jawab atas operasional keredaksian secara keseluruhan, tempat dimana kegiatan ini berlangsung (dapur redaksi).

Media Online

Meskipun istilah media *online* sudah sering digunakan, namun belum banyak para ahli yang mengemukakan definisi dari media *online* secara jelas dan spesifik. Media *online* adalah sebutan umum untuk sebuah bentuk media yang berbasis pada telekomunikasi dan multimedia, yang memungkinkan siapapun mengakses seluruh isi-isi kontennya melalui internet.

Werner J. Severin dan James W. Tankard dalam buku *Teori Komunikasi: Sejarah Metode dan Terapan di Media Massa* mengutip dari Mc. Luhan, mengatakan bahwa media *online* adalah gagasan baru dalam bermedia, namun media baru masih mengikuti pada media lama dan bahkan sering memanfaatkan media

lama sebagai tolak ukur dalam segi isi yang diterapkan di internet. Beberapa penelitian juga mendapatkan kecenderungan media *online* untuk mengemas kembali materi-materi dari media cetak. (2005:458)

Sedangkan menurut buku *Jurnalistik Terapan* yang ditulis oleh Syarifudin Yunus (2010:27) mengatakan bahwa media *online* yaitu media internet, seperti *website*, blog dan lainnya yang hadir di dunia maya dapat dibaca dan dilihat di internet. Media *online* merupakan pemain baru dalam dunia pers Indonesia. Menurut beberapa sumber, media *online* di Indonesia telah tumbuh sejak tahun 1994.

Seperti yang disebutkan oleh Werner J. Severin dan James W. Tankard sebelumnya, media *online* sering memanfaatkan media lama sebagai tolak ukur dalam menerapkan medianya di internet. Hal tersebut dapat dilihat dari media-media *online*, khususnya di Indonesia, dimana isi-isi kontennya tak lain adalah konten-konten dari media konvensional sebelumnya. Media-media *online* juga membagi bagi segmentasi seperti media konvensional ke dalam berbagai segmentasi seperti usia, jenis kelamin, dan profesi. Salah satu contoh nyatanya adalah banyak bermunculan media-media *online* khusus wanita, yang juga terbagi lagi sesuai dengan segmentasi usia dan profesinya, apakah remaja, ibu rumah tangga, atau pekerja. Pembagian segmentasi sesuai jenis kelamin dianggap lebih praktis untuk memproduksi isi-isi kontennya menjadi lebih konsisten dan efisien.

Jenis-Jenis Media Online

Media Visual Dua Dimensi Tidak Transparan, yang termasuk dalam jenis media ini adalah: gambar, foto, poster, peta, grafik, sketsa, papan tulis, flipchart, dan sebagainya.

Media Visual Dua Dimensi yang Transparan. Media jenis ini mempunyai sifat tembus cahaya karena terbuat dari bahan-bahan plastik atau dari film. yang termasuk jenis media ini adalah: film slide, film strip, movie film, dan

sebagainya.

Media Visual Tiga Dimensi. Media ini mempunyai isi atau volume seperti benda sesungguhnya. yang termasuk jenis media ini adalah: benda sesungguhnya, model, diorama, specimen, mock-up, pameran, dan sebagainya.

Media Audio. Media audio berkaitan dengan alat pendengaran seperti misalnya: Radio, Kaset, Laboratorium bahasa, telepon dan sebagainya.

Media Audio Visual. Media yang dapat menampilkan gambar dan suara dalam waktu yang bersamaan, seperti: Film, Compact Disc, TV, Video, dan lain sebagainya.

Keunggulan Media Online

Media *online* merupakan salah satu media massa yang terkenal dan diminati masyarakat karena memiliki keunggulan tersendiri dibanding dengan media cetak maupun media elektronik. Salah satu keunggulannya yaitu, media *online* memudahkan penggunaannya untuk mendapatkan berita maupun informasi secara cepa, dan mudah. Selain itu, berita maupun informasinya yang diunggah ke dalam media *online* umumnya berupa berita-berita yang *up to date*, karena beritanya pun dapat diproduksi secara langsung.

Keunggulan-keunggulan media *online* ini juga disebutkan oleh Yunus (2010:32) sebagai berikut: 1) Up to date : media *online* dapat melakukan pembaruan suatu informasi atau berita dari waktu ke waktu dan dimana saja, tidak melulu menggunakan bantuan komputer, tetapi melalui fasilitas teknologi *smartphone* (telepon genggam yang telah memiliki fasilitas teknologi internet). Hal ini terjadi karena media *online* memiliki proses penyajian informasi atau berita yang lebih mudah dan sederhana. 2) Real Time : cara penyajian berita yang sederhana tersebut menjadikan media *online* dapat langsung menyajikan informasi dan berita saat peristiwa berlangsung hal ini yang dimaksud dengan real time. Wartawan media *online* dapat mengirimkan informasi

langsung ke meja redaksi dari lokasi peristiwa dengan bantuan telepon atau fasilitas internet seperti *E-Mail* dan lainnya. 3) Praktis : media *online* terbilang praktis karena kemudahan untuk mendapatkan berita dan informasinya, kapan saja bila diinginkan media *online* dapat dibuka dan dibaca sejauh didukung oleh fasilitas teknologi internet. Handphone yang memiliki fasilitas koneksi internet, komputer yang memiliki sambungan internet baik di perkantoran atau di rumah, maupun tempat-tempat lainnya yang memiliki akses internet.

Jurnalisme Online

Jurnalistik Online (*Online Journalism*) adalah proses pengumpulan, penulisan, penyuntingan, dan penyebarluasan berita secara online di internet. Jurnalistik online adalah jurnalisme “generasi ketiga” setelah jurnalistik cetak (*print journalism*)-surat kabar, tabloid, majalah, dan jurnalistik elektronik (*electronic journalism*, broadcast journalism, jurnalistik radio dan televisi.

Jurnalistik online adalah “jurnalistik masa depan” (*future journalism*) yang terus berkembang seiring perkembangan teknologi informasi dan komunikasi. (A. S. Romli: 2013).

Jurnalistik online adalah seorang jurnalis pada media online seperti website, blog, forum, sosial media atau media-media online lainnya. Sama seperti Jurnalistik konvensional, jurnalistik online juga harus menaati kode etik wartawan, dan melakukan tugas-tugas jurnalis pada umumnya. Bedanya hanya pada media yang digunakan untuk menyajikan berita.

Jurnalistik online merupakan jurnalis generasi ketiga. Jurnalistik generasi pertama adalah jurnalistik cetak, yang menyajikan berita melalui media cetak seperti surat kabar atau majalah. Jurnalisme generasi kedua adalah jurnalistik elektronik, yang menyajikan berita dalam media elektronik seperti radio atau televisi.

Jurnalistik online sering disebut juga sebagai Jurnalis Internet (*Internet Journalism*),

Jurnalis Website (*Web Journalism*), Jurnalis Digital (*Digital Journalism*), Jurnalis Siber (*Cyber Journalism*), atau juga Jurnalis Judul (*Heading Journalism*). Setiap jurnalis dewasa ini dituntut untuk bisa menjadi jurnalis online, karena hampir semua media cetak dan media elektronik kini telah memiliki versi media online agar bisa diakses oleh pembaca dari seluruh dunia.

Prinsip Jurnalistik Online

Paul Bradshaw dalam “Basic Principal of Online Journalism” (onlinejournalismblog.com) menyebutkan, ada lima prinsip dasar jurnalistik online yang disingkat B-A-S-I-C, yakni: 1) Keringkasan (*Brevity*): Berita online dituntut untuk bersifat ringkas, untuk menyesuaikan kehidupan manusia dan tingkat kesibukannya yang makin tinggi. Pembaca memiliki sedikit waktu untuk membaca dan ingin segera tahu informasi. Maka, jurnalisme online sebaiknya berisi tulisan ringkas saja. Hal ini juga sesuai dengan salah satu kaidah bahasa jurnalistik KISS, yakni *Keep It Short and Simple*, buatlah naskah yang ringkas dan sederhana. 2) Kemampuan beradaptasi (*Adaptability*): wartawan online dituntut agar mampu menyesuaikan diri di tengah kebutuhan dan preferensi public. Dengan adanya kemajuan teknologi, jurnalis dapat menyajikan berita dengan cara membuat berbagai keragaman cara, seperti dengan penyediaan format suara (*audio*), *video*, gambar, dan lain-lain dalam suatu berita. 3) Dapat dipindai (*Scannability*): Untuk memudahkan para audiens, situs-situs terkait dengan jurnalistik online hendaknya memiliki sifat dapat dipindai, agar pembaca tidak perlu merasa terpaksa dalam membaca informasi atau berita. 4) Interaktivitas (*Interactivity*): Komunikasi dari public kepada jurnalis dalam jurnalisme online sangat dimungkinkan dengan adanya akses yang semakin luas. Pembaca atau *viewer* dibiarkan untuk menjadi pengguna (*user*). Hal ini sangat penting karena semakin audiens merasa dirinya dilibatkan, maka mereka akan semakin

dihargai dan senang membaca berita yang ada. 5) Komunitas dan Percakapan (Community and Conversation): Media online memiliki peran yang lebih besar daripada media cetak atau media konvensional lainnya, yakni sebagai penjaring komunitas. Jurnalis online juga harus member jawaban atau timbale balik kepada publik sebagai sebuah balasan atas minteraksi yang dilakukan publik tadi.

Paradigma Penelitian

Paradigma adalah suatu cara pandang yang digunakan oleh seseorang atau kelompok orang dalam memandang suatu gejala sosial tertentu, sehingga berdasarkan paradigma tersebut, orang atau sekelompok orang bisa mengartikan gejala tersebut (Salim, 2006:63). Pada penelitian ini, peneliti menggunakan paradigma konstruktivis, hal ini disebabkan karena untuk meneliti kebijakan-kebijakan redaksi yang diaplikasikan dalam Facebook Dewan Pimpinan Cabang Partai Demokrasi Indonesia Perjuangan Jakarta Timur, perlu melihat realitas yang ada di dalam lingkungannya. Selain itu, perlu juga untuk menafsirkan apa yang sebenarnya terjadi, dengan ikut berpartisipasi dalam lingkungan tersebut.

Teknik pengumpulan data merupakan langkah yang paling strategis dalam penelitian, karena tujuan utama dari penelitian adalah mendapatkan pembuktian terhadap informasi atau keterangan yang diperoleh data. Tanpa mengetahui teknik pengumpulan data, maka penelitian tidak akan mendapatkan data yang memenuhi standar data yang ditetapkan (Sugiyono, 2005:62).

Pengumpulan data dilakukan peneliti secara langsung, dengan turut berpartisipasi dalam bagian redaksi FaceBook Dewan Pimpinan Cabang Partai Demokrasi Indonesia Perjuangan Jakarta Timur dengan menjadi reporter dan penulis penerbitan berita. Teknik pengumpulan data yang akan dilakukan peneliti adalah wawancara dan observasi.

Laporan penelitian disini berupa kutipan

hasil wawancara, dan naskah berita, untuk memberikan gambaran penyajian laporan. Data tersebut berasal dari wawancara, catatan lapangan, foto, videotape, dokumen pribadi, catatan atau memo, dan dokumen resmi lainnya. Pada penelitian ini, peneliti menganalisis data yang sangat kaya tersebut, kemudian ditelaah satu demi satu. Pertanyaan yang sering muncul seperti mengapa, alasan apa, dan bagaimana terjadinya, akan senantiasa dimanfaatkan oleh peneliti. Dengan demikian, peneliti tidak akan memandang bahwa sesuatu itu sudah memang demikian adanya. (Moleong, 2011:11)

TEMUAN DAN DISKUSI

Hasil Penelitian

Dalam penelitian ini, peneliti banyak menemukan fakta-fakta serta peristiwa yang dapat digunakan untuk mendeskripsikan hasil penelitian. Doni Alfrian selaku pemimpin redaksi mengungkapkan bahwa *“Kebijakan redaksi itu menjadi penting ketika akan dinaikan atau ditayangkan dipublikasikan kepada masyarakat mengapa? Karena dalam struktur Pemerintah atau Media wabil khususnya sangatlah ramping sturktur organisasinya tidak terlalu banyak dan tidak terlalu luas,*

Sebagai Media Sosial yang memiliki eksistensi Akun Fan Page Face Book Dewan Pimpinan Cabang Partai Demokrasi Indonesia Perjuangan Jakarta Timur mempunyai cara tersendiri untuk dapat bersaing dengan media lainnya, berikut uraian menurut Doni Alfrian:

“Media Sosial itukan menjadi barang mewah sekarang ini beilau memberitakan sesuatu dengan masif dengan mudah dan itu

“kemudian dia bebas melakukan kampanye dan beriklan di Media Sosial sesuai segmentasinya apakah itu cakupan wilayah, usia atau sesuai keinginan jadi persaingan antara Media Sosial itu sudah ada pasar masing - masing jadi menurut saya itu bukan sebuah persaingan itu bagian dari propaganda politik masing-masing Partai Politik selama berita atau informasi yang disajikan, ditampilkan,

ditayangkan tidak melanggar Undang Undang Dasar, tidak melanggar privasi seseorang, dan kontennya itu sudah melalui persetujuan. Kan konten ada konten berupa gambar, video, narasi atau suara. Kalo itu melanggar Undang Undang Dasar Informasi Transaksi Elektronik bisa dikenakan sanksi bisa berupa pidana / perdata”.

Disamping Media Sosial Akun Fan Page Facebook Dewan Pimpinan Cabang Partai Demokrasi Indonesia Perjuangan Jakarta Timor yang memiliki eksistensi, Akun Fan Page Facebook Dewan Pimpinan Cabang Partai Demokrasi Indonesia Perjuangan Jakarta Timur perlu diimbangi oleh wartawan dan penulis yang mempunyai kemampuan yang baik serta memiliki pola pikir yang kritis dan dapat bersaing dengan wartawan dari Media Sosial lainnya. Menurut Dimas Cahyo Eko Purboyo banyak cara menjadi wartawan yang mempunyai kredibilitas yang tinggi salah satunya harus dapat menggaet pembaca yang loyal.

“Banyak cara untuk menarik minat pembaca kita, misalnya bagaimana loyal yang artinya dia itu selalu membaca artikel atau berita yang kita buat, harus kita sinergikan & isi materi

“Di era globalisasi ini banyak organisasi-organisasi Partai Politik yang memanfaatkan Media Sosial untuk mempropaganda agar masyarakat mengenal lebih dekat. memiliki kebijakan untuk mengtiadakan Iklan karena, Partai Politik itu organisasi nirlaba atau diluar komersil

Pembahasan Hasil Penelitian

Isi berita di Akun Fan Page Facebook Dewan Pimpinan Cabang Partai Demokrasi Indonesia Perjuangan Jakarta Timur merujuk pada 5 (lima) faktor yang berpengaruh pada isi media dari tingkatan terendah hingga tertinggi.

Ada 5 (lima) tingkatan yang mempengaruhi isi media tersebut adalah individual (individu), routines (rutinitas), organization (organisasi), extarmedia (institusi), dan ideological/

sociocultural (ideologi/sosial budaya). Setelah melakukan wawancara dengan narasumber yang bersangkutan, peneliti berusaha untuk mengimplementasikan dengan skema kelima tingkatan Teori Hierarchy of Influences.

Doni Alfrian menjelaskan secara lengkap mengenai berita yang layak untuk di publikasikan di Media Sosial Akun Fan Page Dewan Pimpinan Cabang Partai Demokrasi Indonesia Perjuangan Jakarta Timur.

“Karena ini kita berangkat dari kepercayaan masyarakat Partai Politik dalam hal ini Partai Demokrasi Indonesia Perjuangan, Partai Ideologi, Pancasila tentunya kita diharamkan tidak boleh sama sekali melakukan berbuat curang atau bohong membuat berita-berita yang negatif, boleh disampaikan asalkan itu berdasarkan data fakta aktual, kaidah - kaidah penulisan jurnalistik juga kita tentukan atau kita sesuaikanlah klo misal membuat infografis tujuan kepada anak muda maka bahasa yang kita sampaikan itu yang kita narasikan dalam infografis itu yang kita sesuaikan dengan familiar telinga anak muda dengan mata anak muda, tapi tidak meninggalkan juga pemerhati atau pembaca atau yang melihat infografis itu dari kalangan lain, anak muda itu kan katagorinya 17-30 kalau dalam Peraturan Daerah DKI JKT”.

Dimas Cahyo Eko Purboyo sebagai Tim Media Sosial Akun Fan Page Facebook Dewan Pimpinan Cabang Partai Demokrasi Indonesia Perjuangan Jakarta Timur juga mengungkapkan bahwa sebagai seorang Tim Media Sosial beliau memiliki peran hingga 70% dalam menentukan berita-berita yang akan dipublikasikan. Beliau juga menyebutkan bahwa dalam menulis sebuah artikel, beliau harus menyesuaikan pola pikirnya dengan apa yang kiranya dibutuhkan oleh segmentasi pembaca Akun Fan Page Facebook Dewan Pimpinan Cabang Partai Demokrasi Indonesia Perjuangan Jakarta Timur..

“Ya kita liat dulu, sumber yang ada di Partai Demokrasi Indonesia Perjuangan kisaran usia 18-40 Tahun. Kita selipkan sekali kali

Anak Muda, Sejarah, Soekarno, Pencapaian Anggota Legislative, Presiden, Program Budaya, Kartu Jakarta Pintar, Dan Lain Lain. Berdasarkan dari hasil kutipan tersebut dapat di simpulkan bahwa Tim Media Sosial memiliki pengaruh yang lumayan dalam menentukan isi-isi yang terdapat di dalam sebuah Media Sosial. Memiliki pola fikir yang sama dengan segmentasi pembacanya juga menjadi poin penting dalam membuat sebuah berita”.

Tahapan Kerja Jurnalistik Dewan Pimpinan Cabang Partai Demokrasi Indonesia Perjuangan Jakarta Timur.

Pra Liputan: Menyiapkan segalanya (Rapat, Persiapan alat kerja, Menghubungi Narasumber, Laporan Hasil kerja disampaikan kepada Ketua Redaksi supaya semua elemen saling mengetahui)

Liputan : Agenda dari satu acara berlangsung dari awal hingga selesai acara tidak boleh dilewatkan. Karena pasti ada catatan atau tambahan mengenai satu agenda.

Pasca Liputan: Hasil dari agenda yang telah berjalan disimpan berbentuk file awal (mentahan) kemudian dibawa ke kantor Dewan Pimpinan Cabang Partai Demokrasi Indonesia Perjuangan Jakarta Timur untuk dikelola lebih lanjut dan pastinya harus dilaporkan kepada Pemimpin Redaksi karena Pemimpin Redaksi lah yang bertanggung jawab penuh atas berita yang akan di tayangkan atau di publis.

“Karena sistemnya lebih mengarah ke Partai Demokrasi Indonesia Perjuangan ingin membangun, sebenarnya sih gampang kalau cuman mau cari pengikut buat berita hoax tapi kita ga berani karena kondisinya kitapun sendiri ga berani, karena real dan saya sebagai admin ada di situ, akun saya asli bisa di lacak juga, bodoh banget kalau buat berita seperti itu berdasarkan kenyataan”

Setelah mendapatkan angle yang pas barulah tim redaksi mengadakan rapat yang dimana membahas tentang isu yang akan di angkat serta, penulisan pemberitaannya bagaimana. Karena setiap pemberitaan yang akan di publish

ke Media Sosial Akun Fan Page Facebook Dewan Pimpinan Cabang Partai Demokrasi Indonesia Perjuangan Jakarta Timur harus melewati tahap kepekatan bersama, mengingat nama baik Organisasi yang di pertaruhkan.

“Mengenai mekanisme penulisan, tim redaksi melakukan rapat redaksi setiap kali akan mengangkat suatu isu dan untuk di jadikan sebagai bahan acuan. Dalam mengambil suatu berita. Tak ada satu pun pemberitaan yang di publikasikan tanpa melewati kesepakatan bersama.”

Dari hasil observasi penelitian tersebut, tim redaksi hanyalah sebagian kecil dari sebuah organisasi Media Sosial. Masing-masing komponen dalam organisasi Media Sosial, juga memiliki kepentingan sendiri untuk mencapai tujuan dan target bersama. Komponen lainnya yang mempengaruhi pemberitaan dalam Media Sosial Akun Fan Page Facebook Dewan Pimpinan Cabang Partai Demokrasi Indonesia Perjuangan Jakarta Timur. Hampir dipastikan tidak ada iklan karena Menurut Doni Alfrian *“Kalau kita bicara iklan orientasinya mencari keuntungan. Mencari uanglah, sedangkan Partai Politik itu organisasi nirlaba atau diluar komersil maka penempatan hampir dipastikan tidak ada kita tidak menempatkan iklan-iklan komersil organisasi yang mengambil keuntungan dari iklan-iklan di media Face Book kita kenapa? Karena nanti dikhawatirkan akan timbul ketidak manfaatanlah dari perspektif, orang-orang masyarakat”.*

Dari hasil wawancara serta observasi yang dilakukan peneliti membuktikan bahwa impementasi tingkat organizational juga tercemin dalam kebijakan redaksi media sosial Akun Fan Page Facebook Dewan Pimpinan Cabang Partai Demokrasi Indonesia Perjuangan Jakarta Timur

Faktor eksternal nyatanya juga mempengaruhi isi pemberitaan dalam sebuah media massa. Pada media sosial Akun Fan Page Facebook Dewan Pimpinan Cabang Partai Demokrasi Indonesia Perjuangan Jakarta Timur, para pembaca masih menjadi acuan

dalam menentukan berita-berita apa saja yang kiranya layak untuk di publikasikan. Untuk menambah pemberitaan Media Sosial Akun Fan Page Facebook Dewan Pimpinan Cabang Partai Demokrasi Indonesia Perjuangan Jakarta Timur akan menagajak khalayak untuk berpartisipasi dalam menciptakan pemberitaan yang layak edar. Menurut Doni Alfrian

“Masukan, Saran, Kritik semuanya itu kami terima dengan senang hati asalkan berbasis data yang akurat dan valid ketika masyarakat memberikan saran kepada redaksi tapi kembali lagi apakah dia ini bagian dari Keluarga Besar Partai Demokrasi Indonesia Perjuangan yang kedua apakah warga ini adalah orientasinya kepada masyarakat atau komersil terkadang masyarakat itu kan beragam inginnnya tampil aja di FaceBook atau dia betul-betul ingin menampilkan sesuatu kemudian beritanya memberikan manfaat bagi masyarakat itukan suatu manfaat yang lebih baik lagi dari sekedar mencari keuntungan semata jadi kurang lebih semua Masukan Kritik Saran, kita tampung asal dia berbasis data dengan akurat dan valid alias anti hoax”.

Dari hasil wawancara serta observasi yang dilakukan peneliti membuktikan bahwa impementasi tingkat extramedia juga tercemin dalam kebijakan redaksi Media Sosial Akun Fan Page Dewan Pimpinan Cabang Partai Demokrasi Indonesia Perjuangan Jakarta Timur.

Pada tingkatan ideologi, setiap Media Sosial memiliki kerangka berfikir atau kerangka referensi tertentu yang di gunakan oleh individu-individu di dalamnya, untuk melihat realitas dan bagaimana mereka menghadapinya. Akun Fan Page FaceBook FaceBook Dewan Pimpinan Cabang Partai Demokrasi Indonesia Perjuangan Jakarta Timursendiri, menganut ideologi liberal, karena mengutamakan informasi yang akurat dan juga dapat menjadi control sosial. Sebagai sebuah Media Sosial yang memiliki eksistensi, Akun Fan Page FaceBook FaceBook Dewan Pimpinan Cabang Partai Demokrasi Indonesia

Perjuangan Jakarta Timursendiri ingin menjadi panduan bagi pembaca dalam menambah informasi serta imu-ilmu melalui artikel yang mengeduksi pembacanya.

SIMPULAN

Berdasarkan hasil penelitian terhadap tim redaksi Akun Fan Page FaceBook FaceBook Dewan Pimpinan Cabang Partai Demokrasi Indonesia Perjuangan Jakarta Timur untuk menentukan kebijakan dalam penulisan berita yang layak untuk di publikasikan adalah sebagai berikut: Gaya bahasa serta penulisan berita harus sesuai dengan segmentasi, Menambah kedalam suatu berita dengan pengembangan peristiwa yang lebih lengkap dan di tinjau dari berbagai sisi, Menyajikan berita secara akurat, cepat, inspiratif dan membuat pemberitaan secara objektif serta tidak berbau SARA. Akun Fan Page FaceBook Dewan Pimpinan Cabang Partai Demokrasi Indonesia Perjuangan Jakarta Timur diharapkan menjadi media sosial menjadi kebanggan untuk semua kalangan khususnya Followers yang mengikutinya dan menjadi meng-global agar bisa dinikmati untuk semua kalangan tanpa pandang bulu sehingga pembaca pun merasa nyaman karena tidak terganggu akibat *pop up* iklan yang muncul secara tiba-tiba seperti halnya media *online* lainnya

DAFTAR PUSTAKA

- Flew, T. 2005. *New Media: An Introduction* (edisi kedua). Oxford: Oxford University Press.
- Ishwara, Luwy. 2011. *Jurnalisme Dasar*. Jakarta: Penerbit Buku Kompas
- Lister, Martin. 2009. *New Media: a critical introduction*, New York: Routledge.
- McQuail, Denis. 2011. *Teori Komunikasi Massa*. Jakarta: Salemba Humanika.
- Moleong, Lexy J. 2011. *Metodologi Penelitian Kualitatif*: Bandung: PT Remaja Rosdakarya.

- Muda, Dedy Iskandar. 2005. *Jurnalistik Televisi Menjadi Reporter Profesional*. Bandung: Remaja Rosdakarya.
- Mulyana, Deddy. 2007. *Ilmu Komunikasi: Suatu Pengantar*. Bandung: PT Remaja Rosda Karya.
- Romli, Asep Syamsul. 2012. *Jurnalistik Online: Panduan Praktis Mengelola Media Online*. Bandung: Nuansa Cendekia.
- Salim, Agus. 2006. *Teori dan Paradigma Penelitian Sosial*. Yogyakarta: Tiara Wacana
- Severin, J. Werner dan James W. Tankard. 2005. *Teori Komunikasi: Sejarah Metode dan Terapan di Media Massa*. Jakarta: Prenada Media Grup.
- Solomon, Michael R. 2011. *Consumer Behavior : Buying, Having and Being*, 9th ed., New Jersey: Pearson Addison Wesley
- Spurgeon, C. 2008. *Advertising and New Media*. New York: Routledge.
- Sugiyono. 2005. *Metode Penelitian Bisnis*. Bandung: Alfabeta
- Suryanto, Slamet 2005. *Dasar-dasar Pendidikan Anak Usia Dini*. Yogyakarta: Hikayat Publishing.
- Yunus, Syarifudin. 2010. *Jurnalistik Terapan*. Bogor: Ghalia Indonesia.