

BAB II

TINJAUAN PUSTAKA

2.1 Jurnalistik di Media Sosial

Pada era digital yang kian berkembang pesat, peran media sosial dalam mendistribusikan informasi semakin signifikan. Jurnalistik di media sosial menjadi topik yang relevan untuk dibahas secara mendalam, mengingat pengaruhnya terhadap pembentukan opini publik dan dinamika informasi. Fenomena ini menjadi semakin signifikan seiring dengan perkembangan teknologi dan tingkat penetrasi internet yang semakin meluas di seluruh dunia. Kehadiran media sosial sebagai medium penyampaian berita dan informasi juga membawa dampak besar terhadap cara masyarakat mengakses, menerima, bahkan terlibat dalam proses pemberitaan (Pavlik, 2001).

Media sosial menurut (Nasrullah, 2016) adalah konten yang berisi informasi yang dibuat oleh orang yang memanfaatkan teknologi penerbitan, sangat mudah diakses dan dimaksudkan untuk memfasilitasi komunikasi, pengaruh dan interaksi dengan sesama dan dengan khalayak umum. Berbagai definisi yang dikemukakan oleh (Nasrullah, 2016) dalam bukunya, ia juga menyimpulkan bahwa media sosial merupakan medium di internet yang memungkinkan penggunanya mempresentasikan dirinya maupun berinteraksi, bekerjasama, saling berbagi, berkomunikasi dengan pengguna lainnya, dan membentuk ikatan sosial secara virtual.

Sifat Internet yang dinamis, menjadikan media online yang berbasis Internet menyampaikan pesan secara cepat (Robert, Wanta, & Tzong-Horng, 2002). Jurnalisme di media sosial memungkinkan informasi tersebar dengan cepat dibandingkan media konvensional, namun dalam hal ini terdapat tantangan terkait validitas, kebenaran, dan etika informasi. Proses penyebaran berita yang cepat di media sosial menciptakan situasi di mana dinamika informasi menjadi semakin kompleks dan sulit untuk dikendalikan.

(Nasrullah, Media Sosial: Perspektif Komunikasi, Budaya, dan Socioteknologi, 2015) berpendapat media sosial mempunyai karakteristik sebagai berikut:

1. Jaringan

Karakter media sosial yang pertama adalah membentuk jaringan antar penggunanya, walaupun di dunia nyata tidak saling mengenal, adanya media sosial menjadi penghubung secara mekanisme teknologi.

2. Informasi

Informasi menjadi bagian yang penting dari media sosial, karena user media sosial mengkreasikan representasi identitasnya, memproduksi konten, dan melakukan interaksi berdasarkan informasi.

3. Arsip

Arsip menjadi karakter yang menjelaskan bahwa informasi telah tersimpan dan bisa diakses kapanpun melalui perangkat apapun. Informasi tersebut akan terus tersimpan dan akan dapat diakses dengan mudah.

4. Interaksi

Interaksi dalam kajian media merupakan pembeda antara media lama dengan media baru.

5. Simulasi Sosial

Di media sosial interaksi yang terjadi memang mirip dengan realitas, tetapi yang terjadi adalah simulasi. Realitas yang ada di media sosial merupakan hasil dari proses simulasi, dimana representasi yang ada di media telah diproduksi oleh media menjadi realitas tersendiri.

6. Konten Oleh Pengguna

Konten yang diunggah di media sosial sepenuhnya berdasarkan kontribusi pemilik akun dan milik pengguna.

7. Penyebaran

Menyebarkan merupakan ciri khas dari media sosial yang menunjukkan bahwa audiens aktif terlibat sekaligus mengembangkannya.

Terdapat beberapa alasan pentingnya penyebaran dalam media sosial:

- a. Upaya membagikan informasi kepada audiens media sosial.
- b. Menunjukkan posisi audiens terhadap informasi yang disebar.

Jurnalisme di media sosial memiliki karakteristik yang berbeda dengan jurnalisme di media massa konvensional pada umumnya. Jika jurnalisme di media massa cenderung bersifat satu arah dengan pola komunikasi yang lebih tertata dan formal, jurnalisme di media sosial justru lebih interaktif, dinamis, dan terbuka terhadap partisipasi publik. Dalam jurnalisme media sosial, pengguna tidak hanya bertindak sebagai konsumen berita, tetapi juga dapat berperan sebagai produsen informasi melalui mekanisme *user-generated content* (UGC). Artinya siapa saja dapat membuat, mengunggah, dan menyebarluaskan berita atau informasi secara mandiri melalui berbagai platform media sosial.

Jurnalisme konvensional atau yang lebih dikenal sebagai pers memiliki sistem pengelolaan yang terorganisir dan menerapkan standar tertentu dalam penyajian berita. Media massa umumnya beroperasi dalam suatu organisasi yang ketat dengan sistem manajerial yang rapi termasuk mekanisme penyuntingan, seleksi berita (*gatekeeping*), serta regulasi yang mengikat para jurnalisnya.

(Hariyanto, 2013) mengatakan bahwa pada era informasi yang semakin cepat dan kompleks saat ini, terdapat prinsip-prinsip etika dari praktik jurnalistik yang bertanggung jawab yang harus dipatuhi jurnalis dalam menjalankan tugas dan menyampaikan informasi kepada publik.

Berikut beberapa poin penting sebagai kesimpulan dari prinsip prinsip etika menurut (Haryanto, 2013):

1. Prinsip etika jurnalis dalam pengambilan keputusan terutama dalam situasi Ketika kepentingan public dan kepentingan pribadi berpotensi betentangan.
2. Prinsip etika kebenaran factual. Kesalahan dalam pemberitaan dapat merugikan individu tau kelompok dan kredibilitasa media sehingga, jurnalis wajib terlebih dahulu memverifikasi setiap informais sebelum dipublikasikan.
3. Prinsip etika bersikap netral dan tidak berpihak, menjaga independensi dari tekanan kepentingan pribadi yang dapat memperngaruhi isi pemberitaan.
4. Prinsip etika terhadap hak privasi individu, khususnya dalam kasus yang melibatkan korban kejahatan dan anak-anak.
5. Prinsip etika penggunaan sumber dari media sosial demi mengurangi risiko penyebaran hoaks.
6. Prinsip etika membuka ruang bagi publik untuk mengoreksi, mengkritisi dan berpartisipasi dalam proses pemberitaan.
7. Kode etik adalah pedoman tertulis yang wajib dijadikan rujukan dalam praktik jurnalis.

Karakter media sosial yang pertama adalah membentuk jaringan antar penggunanya, walaupun kehidupan nyata tidak saling mengenal. Sedangkan jurnalisme di media sosial dapat dilakukan oleh individu tanpa memerlukan afiliasi dengan Lembaga apapun. Oleh karena itu jurnalisme di media sosial umumnya tidak bersifat komersil atau tidak mengambil keuntungan material semata-mata.

Oleh karena sifatnya yang lebih bebas dan terbuka, jurnalisme di media sosial cenderung tidak bisa dipertanggung jawabkan sebagaimana yang berlaku di media massa. Hal ini menyebabkan tingkat kepercayaan publik terhadap berita di media sosial cenderung rendah. Berita yang beredar di media sosial lebih rentan terhadap misinformasi, bias, bahkan

hoaks karena tidak selalu melalui proses verifikasi yang ketat sebelum disebarluaskan. Tetapi, disisi lain karena sifatnya yang interaktif, jurnalisme di media sosial memiliki mekanisme kontrol publik sehingga masyarakat atau netizen dapat dengan cepat mengoreksi informasi yang salah atau keliru.

Menurut (Bossio, 2017), media sosial telah menjadi bagian yang tidak terpisahkan dari jurnalisme modern. Sebagian besar media memanfaatkan konten yang berasal dari platform media sosial dalam mendukung produksi berita, sehingga peran *gatekeeper* di ruang redaksi (*newsroom*) tidak hanya menyusun berita, tetapi juga harus mampu menganalisis dan memverifikasi informasi dari media sosial sebelum dipublikasikan.

Penelitian terhadap 10 media online di Amerika Serikat menunjukkan bahwa sebagian besar media mengambil sumber berita dari konten di media sosial. Analisis konten yang cermat dari 180 artikel online dalam penelitian tersebut mengungkap bahwa jurnalis masih cenderung mengandalkan institusi dan sumber resmi ketika memanfaatkan media sosial dalam produksi berita. Berdasarkan riset tersebut, Twitter menjadi platform utama sebagai bahan jurnalisme modern oleh organisasi berita yang mencari dan mengumpulkan informasi dari media sosial. Riset juga menunjukkan bahwa media sosial paling sering dimanfaatkan oleh jurnalis yang meliput dan menulis isu-isu politik dan hiburan (Pantic & Cvetkovic, 2020). Berbeda dengan jurnalisme di media sosial, praktik jurnalisme konvensional “tradisional” menekankan pada tiga aspek: objektivitas, verifikasi dan otonomi profesional.

Dalam praktiknya ketiga aspek tersebut merupakan wujud dari penggambaran praktik jurnalistik individu, organisasi dan institusional. Proses objektivitas, verifikasi dan otonomi profesional merupakan bagian dari identitas diri profesional dan otoritas sosial jurnalisme yang ideal.

Dalam jurnalisme sehari-hari, ketiganya dianggap sebagai ritual strategis jurnalisme (Tuchman, 1978), direpresentasikan sebagai karakteristik penting dari kebaikan jurnalistik dan dipertahankan sebagai legitimasi sosial atas jurnalisme dan otoritas budaya. Jurnalisme dari (di) media sosial mentransformasikan tiga aspek tersebut agar lebih sesuai dengan karakteristik media sosial yakni obyektifitas, verifikasi dan otonomi profesional menjadi keaslian (authenticity), transparansi (transparency) dan kolaborasi (collaboration).

Dalam praktiknya jurnalisme massa mengandalkan objektivitas, sementara di media sosial objektivitas sulit diterapkan sehingga kebenaran dari informasi yang diterima harus diverifikasi secara langsung oleh publik. Oleh karena alasan itu, bersikap objektif terhadap pemberitaan dan informasi yang dikonsumsi sangat penting, agar tidak mudah terpengaruh oleh informasi palsu yang biasa berupa konfirmasi bias (mencari informasi yang mendukung pandangan) atau bias afektif (mencari informasi yang sesuai dengan perasaan) dan terhindar dari kejahatan siber di media sosial (Dewi, Literasi Media: Sketsa Khalayak di Hadapan Media, 2021).

Demikian juga aspek verifikasi digantikan dengan transparansi di media sosial. Karena sifatnya interaktif, publik memiliki mekanisme kontrol untuk melacak sumber informasi, mengecek kredibilitas pembuat konten, serta membandingkan berbagai versi berita dari berbagai sumber. Lalu pada aspek otonomi profesional media massa di media sosial ditransformasi menjadi kolaborasi. Proses penyebaran informasi tidak lagi bersifat hierarkis, melainkan berbasis jaringan sosial yang memungkinkan partisipasi luas dari berbagai pihak termasuk jurnalis warga (*citizen journalists*), aktivis, pakar, serta masyarakat umum untuk mendiskusikan dan mengkritisi informasi secara langsung.

Dalam realita media sosial, informasi yang disajikan cenderung lebih rentan terhadap misinformasi dan bias dibandingkan dengan media konvensional yang memiliki standar jurnalistik yang lebih ketat. Artinya, siapa saja dapat menjadi jurnalis dan menyebarkan informasi terbuka tanpa

perlu terikat dengan perusahaan media tertentu. Dengan memahami pergeseran ini, jurnalis dan pengguna media sosial dapat lebih bijak dalam memanfaatkan platform digital sebagai sumber informasi. Menurut (Pratama, 2019) salah satu cara menghadapi berita palsu dengan mengecek sumber berita atau informasi tersebut, memperhatikan tanggal publikasi dan mencari bukti pendukung.

2.2 Penelitian Terdahulu

Pada bagian ini peneliti menampilkan beberapa hasil penelitian terdahulu yang relevan dengan topik penelitian “Penerapan Kaidah Jurnalistik di Media sosial Tentang Pemberitaan Ktt Asean (Analisis Isi Akun Instagram @labuanbaji_info)”. Kajian terhadap penelitian terdahulu yang digunakan bertujuan untuk memperkuat argument data yang telah dikumpulkan dan memberikan representasi lebih mendalam terhadap suatu objek (KBBI, 1989:74) yang digunakan dalam penelitian studi komunikasi khususnya jurnalisme di media sosial.

Kajian terhadap penelitian terdahulu yang digunakan mencakup topik terkait prinsip jurnalistik pada pemberitaan di media sosial, penggunaan metode analisis isi dengan pendekatan kuantitatif, teknik pengumpulan data dengan cara dokumentasi (screen shoot), teknik analisis data dengan pengukuran persentase frekuensi kemunculan paragraf mencerminkan indikator yang telah ditetapkan, penggunaan rumus reliabilitas seperti Holsti, dan penggunaan persentase kesepakatan atau penilaian yang melibatkan dua orang coder dalam pengujian data. Kajian terhadap penelitian terdahulu yang digunakan bertujuan untuk memberikan gambaran terkait jurnalisme di media sosial khususnya di Instagram sebagai medium pemberitaan atau penyebaran informasi serta bagaimana kualitas dan kredibilitas pemberitaan dapat dianalisis secara sistematis dan terukur.

Penyajian dari beberapa penelitian terdahul yang dijadikan acuan dalam penelitian ini akan ditampilkan dalam bentuk tabel sebagai berikut:

Tabel 2.1 Penelitian Terdahulu

No.	Nama Peneliti	Judul	Tahun	Perbedaan	Hasil Penelitian
1.	<u>Erika Fitriana</u>	Analisis Isi Pesan Dakwah pada akun Instagram Remaja Masjid Raya Bintaro Jaya @remisyaoofficial	2022	Fokus Penelitian adalah pesan dakwah oleh akun Instagram @remisyaoofficial berdasarkan kategori akidah, syariah dan akhlak	Pesan Syariah mendapatkan persentase tertinggi sebesar 38,5% dan “Pesan Syariah” mendapatkan persentase terendah sebesar 29,2%
2.	<u>Sri Wahyuni</u>	Analisis Isi Kredibilitas Pemberitaan pada Akun Instagram @seputarinhu	2022	Penelitian ini mengacu pada konsep akurasi, believability, bias dan kelengkapan informasi yang dikembangkan oleh Andrew Flanagin dan Miriam Metzger	Pada Konsep Akurasi mendapatkan persentase sebesar 100% dengan kesimpulan judul dan isi berita akurat. Pada konsep believability mendapatkan persentase sebesar 100% dengan kesimpulan berita mengandung unsur opinitative dan transparansi. Pada konsep bias mendapatkan persentase sebesar 99.9% dengan kesimpulan terdapat dua berita cover both sides. Pada konsep kelengkapan mendapatkan persentase sebesar 99.9% dengan kesimpulan terdapat 2 berita yang tidak lengkap dan tidak memenuhi unsur 5W+1H.

3.	<u>Mohammad Bahrun Ulum</u>	Analisis Isi Efektifitas dan Efesiensi Media Sosial Instagram @jatimseduler tentang Komunikasi Politik Pasangan Calon Gubernur dan Wakil Gubernur Saifullah Yusuf dan Puti Guntur Soekarno dalam Kampanye Pilkada Jawa Timur 2018	2018	Fokus Penelitian adalah komunikasi politik seperti pesan kampanye hingga aktivitas kampanye pasangan calon Saifullah Yusuf dan Puti Guntur Soekarno dalam pilkada Jawa Timur 2018 yang diunggah oleh akun Instagram @jatimduler	Hasil koefisien reliabilitas (CR) dengan menggunakan rumus Holsti sebesar 0,73 menunjukkan bahwa penilaian terhadap komunikasi pilitik seperti pesan kampanye dan aktivitas kampanye pasangan calon Saifullah Yusuf dan Puti Guntur Soekarno dalam pilkada Jawa Timur 2018 yang diunggah oleh akun Instagram @jatimduler mendapatkan kesepakatan yang tinggi antar coder.
4.	<u>Rika Friendi Pradika</u>	Media Sosial dan Jurnalistik Online (Analisis Isi Kredibilitas Berita pada Akun Instagram “Indozone.Id” Periode 1-31 Maret 2017)	2017	Penelitian ini menggunakan instrument dimensi kredibilitas berita: akurasi, kepercayaan, bias dan kelengkapan informasi yang dikembangkan oleh Andrew Flanagan dan Miriam Metzger.	Indikator Kepercayaan mendapatkan persentase tertinggi sebesar 92,70% dengan kesimpulan isi berita yang diunggah oleh @indizone.id dinilai dapat dipercaya karena penggunaan Bahasa yang netral. Indikator Kelengkapan Informasi dari tiga indikator mendapatkan persentase sebesar 76,47% dengan kesimpulan terdapat bebrapa berita yang tidak menyajikan informasi secara menyeluruh salah satunya pada cover both sides.

2.3 Kaidah Jurnalistik

Kaidah jurnalistik memiliki akar sejarah yang panjang, tumbuh dan berkembang seiring evolusi media dan masyarakat. Dalam dunia jurnalistik, kaidah menjadi panduan yang esensial untuk memastikan bahwa penyampaian informasi kepada masyarakat memenuhi standar etika dan integritas.

Kaidah jurnalistik tidak hanya menjadi pedoman, tetapi juga fondasi kepercayaan masyarakat terhadap media. Melalui serangkaian prinsip dan aturan, kaidah jurnalistik bertujuan untuk memberikan informasi yang akurat, adil, dan bermakna. Secara umum kaidah jurnalistik mencerminkan seperangkat norma dan prinsip profesional yang harus diikuti oleh para pelaku jurnalistik dalam melaksanakan tugas. Kaidah ini mencakup nilai-nilai seperti keakuratan, keterbukaan, keberimbangan, dan keadilan dalam menyampaikan informasi. Prinsip-prinsip tersebut tidak hanya menjamin kredibilitas informasi, tetapi juga memperkuat posisi media sebagai pilar demokrasi yang menjalankan fungsi kontrol sosial.

Namun, dalam era media digital, praktik jurnalistik harus beradaptasi dengan dinamika internet, sosial media, dan berita daring. Etika jurnalistik dihadapkan pada isu-isu kontemporer seperti fake news, clickbait, dan privacy (Kurnia, *Jurnalisme Kontemporer Edisi 2*, 2017). Menurut (Haryanto, 2013) Jurnalistik bukan hanya tentang teknik menulis berita, tetapi juga menyangkut aspek etika, sosial dan politik dalam menyampaikan informasi. Konflik etika seperti pemberitaan sensitif dan privasi sering muncul dalam praktik jurnalistik. Sehingga jurnalis harus menjaga kualitas berita di tengah perubahan lingkungan informasi yang semakin kompleks tersebut. Praktik jurnalisme yang mengikuti kaidah-kaidah ini dapat membangun integritas profesi dan mendukung fungsi media, khususnya dalam praktik jurnalistik.

Salah satu kontribusi penting dalam merumuskan kaidah jurnalistik modern adalah karya Bill Kovach dan Tom Rosentiels dalam bukunya yang terkenal "The Elements of Journalism," (Kovach & Rosentiels, 2001). Dalam buku ini menyajikan sembilan elemen jurnalistik sebagai kerangka dasar dalam praktik jurnalistik yang etis dan bertanggung jawab. Sembilan elemen kaidah jurnalistik yang menjadi landasan dalam menjalankan profesi jurnalistik yakni mencakup:

1. Loyalitas Kepada Warga

Elemen pertama menekankan pada kepentingan Masyarakat, bahwa tujuan utama dalam pelaporan berita adalah untuk memberikan manfaat kepada masyarakat, dengan menyajikan informasi yang akurat, adil serta relevan bagi masyarakat. Dengan demikian media bertanggung jawab untuk memastikan bahwa informasi yang disampaikan bermanfaat bagi warga negara dalam mengambil keputusan serta membuat penilaian yang cerdas berdasarkan informasi yang objektif.

2. Kebenaran

Pada elemen kedua menerangkan bahwa untuk membangun kepercayaan masyarakat terhadap media bergantung pada keakuratan media dalam menyampaikan fakta. Kebenaran bagian dari tanggung jawab, untuk itu diharapkan dapat mengungkap kebenaran yang mungkin tersembunyi atau terlupakan. Elemen kebenaran juga menekankan pentingnya menyajikan berita secara utuh dan lengkap.

3. Verifikasi

Elemen ini menggarisbawahi pentingnya memverifikasi informasi sebelum dipublikasikan. Dalam memenuhi standar jurnalisme verifikasi bertujuan untuk memisahkan antara apa yang benar-benar terjadi dan apa yang mungkin hanya rumor, spekulasi, atau kebohongan.

4. Independensi

Elemen keempat mengacu pada kebebasan dari pengaruh politik, kepentingan khusus, atau tekanan eksternal lainnya yang dapat mengganggu integritas jurnalisme. Media yang independen harus memiliki perspektif yang lebih beragam dalam melaporkan berita, mampu melakukan investigasi secara independen terhadap isu-isu dan menyajikan informasi secara objektif dan menyeluruh, serta relevan bagi masyarakat.

5. Keadilan

Pada elemen "Fairness" atau keadilan dalam buku "The Elements of Journalism" oleh Bill Kovach dan Tom Rosenstiel mendorong jurnalis untuk menghindari bias atau prasangka tidak berdasar dalam penyajian berita serta

memastikan bahwa representasi berita mencakup berbagai sudut pandang yang seimbang.

6. Tanggung Jawab

Elemen "Accountability" atau tanggung jawab dalam buku "The Elements of Journalism" oleh Bill Kovach dan Tom Rosenstiel mengacu pada kewajiban media untuk bertanggung jawab atas informasi yang disampaikan kepada publik. Hal ini mencakup menerima kritik dan mengoreksi kesalahan dalam menjalankan tugas jurnalistik serta tidak menyalahgunakan informasi pribadi atau mencemarkan nama baik seseorang demi kepentingan berita.

7. Transparansi

Elemen "Transparency" atau transparansi dalam buku "The Elements of Journalism" oleh Bill Kovach dan Tom Rosenstiel mengacu pada keterbukaan dan kejelasan dalam menyampaikan informasi kepada publik. Dalam hal ini media harus terbuka tentang motif dan kepentingan di balik penyajian berita, termasuk mengungkapkan potensi konflik kepentingan yang kemungkinan mempengaruhi narasi konten berita atau sudut pandang yang diambil dalam sebuah berita. Hal ini membantu masyarakat untuk memahami konteks lebih baik dan menginterpretasikan berita dengan lebih bijak.

8. Pemantau Kekuasaan

Jika jurnalisme memiliki fungsi sebagai pengawas terhadap pemerintah, institusi dan tokoh berpengaruh maka media juga harus mampu mengungkapkan kesalahan, penyalahgunaan kekuasaan dan pelanggaran hak terhadap warga negara.

9. Melibatkan Publik

Elemen "Citizenship" dalam buku "The Elements of Journalism" oleh Bill Kovach dan Tom Rosenstiel mengacu pada peran media dalam memfasilitasi partisipasi aktif warga negara dalam kehidupan demokratis. Hal ini mencakup memfasilitasi publik untuk berdialog dalam ruang diskusi yang sehat, dengan maksud mendorong masyarakat ikut terlibat langsung dalam mendiskusikan penyajian berita.

Dalam penelitian ini, penulis berupaya mengadaptasi penerapan sembilan elemen kaidah jurnalistik yang dikemukakan oleh Bill Kovach dan Tom Rosentiels agar selaras dengan karakteristik media sosial, khususnya platform Instagram. Adaptasi ini dilakukan karena mengingat kehadiran media sosial yang membawa perubahan besar dalam praktik jurnalistik, khususnya terhadap media konvensional sehingga, adaptasi terhadap sembilan elemen kaidah jurnalistik yang dikemukakan oleh Bill Kovach dan Tom Rosentiels dalam penelitian ini dapat menjadi standar etika dalam praktik jurnalisme warga (citizen journalism), khususnya bagi individu yang turut berkontribusi dalam penyebaran informasi publik melalui media sosial.

2.4 KTT ASEAN

Ktt Asean adalah sebuah acara pertemuan yang diadakan oleh para petinggi kepala negara atau kepala pemerintahan di wilayah Asia Tenggara. Pertemuan ini hanya akan diadakan setiap tahun atau satu kali dalam setahun. Ktt Asean ini juga disebut The Association of Southeast Asian Nation Summit atau yang memiliki arti perhimpunan bangsa-bangsa Asia Tenggara yang mana mewadahi 10 negara di Asia Tenggara untuk bekerjasama.

Konferensi Tingkat Tinggi Asean (Ktt Asean) ke-42 yang diadakan pada tanggal 10-11 Mei 2023 di Labuan Bajo, merupakan momentum strategis bagi Indonesia dalam memperkuat kerja sama diplomasi internasional khususnya di kawan Asia Tenggara. Acara ini menjadi ruang bagi para pemimpin negara-negara anggota Asean untuk berdialog, berkoordinasi, dan merumuskan arah kerjasama di masa depan mendatang.

Labuan Bajo, yang terkenal dengan keindahan alamnya, yang melatarbelakangi penyelenggaraan Ktt Asean ke-42 di Labuan Bajo, yakni sebagai simbol akan pentingnya pelestarian lingkungan.

Dalam hal dinamika politik pada acara penting ini para pemimpin negara-negara anggota juga membahas isu-isu konflik dan keamanan mendesak seperti pemberantasan terorisme serta langkah-langkah bersama untuk menjaga stabilitas kawasan. Situasi di kawasan pada tahun 1960 yang dihadapkan pada situasi lawan konflik yaitu dimana ideologi sangat berpengaruh pada perebutan kekuasaan dari sebagian negara besar dan terjadinya konflik antar negara di kawasan-kawasan tertentu yang jika dibiarkan begitu saja dapat mengganggu stabilitas negara serta kawasan negara sehingga menghambat beberapa pertumbuhan ekonomi serta pembangunan dari negara itu sendiri.

Penyelenggaraan Ktt Asean di Labuan Bajo juga dilatarbelakangi oleh tantangan global dan regional yang semakin kompleks. Dengan kondisi dunia yang terus berubah, para pemimpin Asean berusaha mencari solusi bersama untuk mengatasi isu-isu seperti perubahan iklim, pandemi, dan ketidakstabilan ekonomi. Pemimpin berkomitmen untuk mencari solusi bersama dan merumuskan kebijakan yang relevan. Konferensi Tingkat Tinggi Asean (Ktt Asean) ke-42 yang diadakan pada tanggal 10-11 Mei 2023 ini sebetulnya akan membahas berbagai agenda penting, namun tetap berfokus kepada pertumbuhan ekonomi khususnya dibagian Asia Tenggara.

Mengusung tema kekuatan ekonomi di Asia Tenggara atau disebut Asean Matters: Epicentrum of Growth yang di dalamnya terdapat dua elemen besar yakni Asean Matters yang menjelaskan tentang bagaimana Indonesia beserta kekuatannya tetap menjadikan Asean relevan dan penting tidak hanya untuk rakyat Indonesia namun tetap penting bagi seluruh masyarakat di kawasan Asia Tenggara. Lalu yang kedua yaitu Epicentrum of Growth dimana Indonesia ingin mengapitalisasi posisi Asean sebagai salah satu pusat pertumbuhan ekonomi yang dapat berpotensi lebih tinggi daripada pertumbuhan ekonomi di daerah lainnya.

Ktt Asean ke-42 juga dapat dianggap sebagai wadah untuk meningkatkan kapasitas dan inovasi di tingkat regional, terdapat diskusi tentang bagaimana Asean dapat menjadi lebih responsif terhadap perubahan, terutama dalam mengadopsi teknologi dan praktik terkini. Selain agenda internal, dalam acara ini juga para pemimpin negara-negara anggota sepakat memberikan kesempatan bagi negara-negara Asean untuk memperkuat hubungan dengan pihak luar. Kemungkinan terdapat dialog dan kerjasama dengan mitra Asean seperti Tiongkok, Amerika Serikat, Uni Eropa, atau organisasi internasional lainnya.

Konferensi Tingkat Tinggi Asean ke-42 di Labuan Bajo bukan hanya sekadar pertemuan diplomasi, meskipun mencapai banyak kesepakatan yang menyisakan beberapa isu kontroversial dan belum sepenuhnya terselesaikan namun, melalui penyelenggaraan Ktt Asean ini diharapkan dapat memperkuat solidaritas dan persatuan di antara negara-negara Asean untuk menciptakan langkah-langkah konkret untuk mencapai tujuan bersama dalam membangun masa depan yang lebih baik bagi kawasan ini.

2.5 Jurnalistik Berita

Jurnalistik berita adalah disiplin ilmu dan praktik profesi yang berfokus pada penyajian informasi kepada masyarakat. Sebuah berita mencakup sejumlah elemen penting yang mempengaruhi cara informasi disusun, disajikan, dan diterima oleh pembaca atau pemirsa, termasuk penggunaan piramida terbalik, penulisan lead yang menarik dan pentingnya 5W+1H (Sastrowardoyo, 2002). Kode etik jurnalistik adalah pedoman para jurnalis dalam menyajikan informasi berita. Jurnalistik berita tidak hanya tentang memberikan informasi, tetapi juga mencakup tanggung jawab pada masyarakat.

Keberadaan media diharapkan ada untuk menyuarakan kepentingan masyarakat, mendukung pembangunan berkelanjutan dan memberikan wawasan pada masyarakat terkait isu-isu sosial yang penting. Dalam era digital, jurnalistik berita tidak lagi terbatas pada tulisan. Integrasi elemen multimedia, seperti gambar, video, dan grafik dapat memperkaya pengalaman informasi dan meningkatkan pemahaman pembaca.

Namun dibalik transformasi jurnalistik berita ke arah multimedia terdapat resiko, terutama terkait penyebaran berita palsu (hoaks) dan desinformasi. Untuk itu jurnalis perlu beradaptasi terhadap perkembangan teknologi, pola konsumsi berita serta lebih cermat dalam mengelola sumber dan mengidentifikasi informasi berita palsu khususnya terhadap jurnalisme warga atau jurnalisme online demi menjaga kualitas berita dan kepercayaan Masyarakat (Pratama, 2019).

2.6 Analisis Isi Berita

Analisis Isi Berita merupakan suatu pendekatan penelitian yang mendalam untuk memahami substansi dan konstruksi berita dalam media dengan mengidentifikasi pola, karakter, struktur pesan berita tertentu. Analisis isi juga dapat dipahami sebagai suatu teknik antara teori ilmiah, teknis pengumpulan dan analisis data isi media massa yang didapatkan dari mengkategorikan, menghitung, dan menganalisis hasil elemen komunikasi seperti isi teks yang berupa kata makna atau arti gambar, audio dalam berbagai media cetak, siaran hingga digital tema, ide hingga berbagai pesan yang dapat dijadikan sebagai media komunikasi (Riffe, Lacy, & Fico, 2014).

Analisis isi melibatkan proses sistematis dan analitis untuk memahami bagaimana berita diproduksi, disajikan, dan diterima oleh masyarakat.

Analisis Isi Berita adalah instrumen kuat yang mencakup berbagai unsur, mulai dari pemilihan kata, framing, hingga representasi yang digunakan dalam penyampaian informasi. Pada analisis ini sendiri bisa digunakan untuk menganalisis atau menggambarkan secara objektif, sistematis dan kuantitatif isi-isi pesan yang tampak (manifest content) dari komunikasi itu sendiri, baik komunikasi interpersonal antar personal kelompok serta komunikasi organisasi bukan makna tersembunyi atau interpretasi pribadi (Berelson, 1952).

Analisis isi kuantitatif menurut (Kriyantono, 2006) adalah sebuah isi komunikasi yang akan dianalisis tidak boleh bersifat subjektif. Analisis isi kuantitatif wajib bersifat objektif dan penelitian pun harus mencatat jumlah nilai setiap dari kategori yang kemudian di frekuensikan. Rangkaian kalimat atau kata yang mengarah kepada sesuatu yang memiliki arti disebut menjadi sebuah kategori. Rangkaian tersebut tentunya menuju kepada atau merujuk kepada sesuatu arti. Menurut (Berelson, 1952) berikut Langkah-langkah teknis dalam analisis isi:

2.6.1 Langkah-Langkah Analisis Isi Berita:

1. Penentuan Unit Analisis (kata, kalimat, paragraph tema, dll)

Penelitian dimulai dengan menentukan unit analisis, yang dapat berupa kata, kalimat, paragraf, atau artikel berita. Hal ini membantu memberikan batasan dan fokus pada analisis.

2. Menetapkan Kategori

Menentukan kategori atau tema yang akan dianalisis untuk mengelompokkan unsur-unsur berita ke dalam kategori tersebut. Hal ini mencakup kategori tematik, sentimen, atau aspek tertentu yang relevan.

3. Prosedur Coding

Proses mengubah data komunikasi seperti teks, gambar atau suara menjadi kategori yang telah ditentukan agar bisa di analisis secara kuantitatif.

4. Uji Reliabilitas Coding (Intercoder Reliability)

Ukuran konsistensi hasil pengodean antara dua atau lebih coder terhadap unit yang sama. Reliabilitas sebagai syarat untuk memastikan bahwa data yang dikodekan dapat dipercaya dan tidak bias.

5. Interpretasi Hasil

Dalam tahap analisis, peneliti menganalisis perhitungan frekuensi, pola atau perbandingan antara berbagai kategori yang muncul dalam berita, menghasilkan temuan yang dapat diinterpretasikan.

2.6.2 Aspek Penting Analisis Isi Berita:

1. Framing dan Bias Media

Melalui analisis isi, kita dapat memahami perspektif tentang bagaimana suatu peristiwa diframing dan bagaimana hal itu mempengaruhi persepsi pembaca.

2. Sentimen

Analisis isi tidak hanya mengurai kan fakta tetapi juga merinci sentimen yang terkandung dalam berita apakah bersifat positif, negatif, atau netral.

3. Relevansi dan Kedalaman Analisis

Pentingnya relevansi dan kedalaman analisis memberikan gambaran yang lebih lengkap dan memahami konteks yang melingkupi berita tertentu.

Seiring dengan perubahan teknologi dan pergeseran dalam perilaku media, metode ini tetap relevan dalam membantu memahami cara informasi disajikan, dan bagaimana hal itu membentuk persepsi dan pemahaman masyarakat.