

***Gatewatching* dalam Aktivitas Jurnalistik pada Portal Berita *Online* Sriwijaya Post**

Anisa Nurfadila¹

¹Program Studi Ilmu Komunikasi, Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik, Universitas Sriwijaya
e-mail: anisanurfadila388@gmail.com

ABSTRAK

Penelitian dengan judul “*Gatewatching* dalam Aktivitas Jurnalistik pada Portal Berita *Online* Sriwijaya Post” menggambarkan proses kerja jurnalis di era media baru yang mengejar kecepatan serta melimpahnya informasi yang tersedia di banyak saluran yang terbuka untuk semua pengguna. Penelitian ini menggunakan teori *gatewatching* dari Axel Bruns, yang menjelaskan adanya keterlibatan khalayak dalam arus informasi, mulai dari penentuan topik dan adanya tanggapan khalayak atas pemberitaan yang dimuat media. Metode penelitian yang digunakan adalah penelitian kualitatif dengan metode deskriptif. Teknik pengumpulan data dalam penelitian ini meliputi wawancara, observasi, dan studi dokumentasi. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa tahap *gatewatching* pada portal berita *online* Sriwijaya Post terjadi dari mulai penentuan topik berita sampai tahap penerimaan berita oleh pembaca. *Gatewatching* dalam aktivitas jurnalistik pada portal berita *online* Sriwijaya Post menunjukkan adanya kolaborasi media sosial dalam aktivitas jurnalistiknya. Sriwijaya Post menggunakan media sosial dalam aktivitas jurnalistik untuk memantau isu, distribusi konten, sumber pemberitaan, promosi, dan interaksi dengan khalayak. Tahap *Input*, jurnalis konten kreator menggunakan media sosial untuk melihat unggahan terbaru figur publik dan memantau isu yang sedang ramai diperbincangkan dalam menentukan topik berita. Tahap *Output*, hirarki editorial masih terjadi di mana seleksi dan penentuan layak publikasi masih ditentukan editor, yang membedakan hanya terjadi pengeditan dan publikasi instan. Tahap *Response*, Khalayak dapat memberikan respon terhadap pemberitaan melalui seluruh media sosial Sriwijaya Post. Tidak terjadi diskusi dan umpan balik yang diberikan jurnalis terhadap komentar khalayak

Kata Kunci : Portal Berita *Online*; Sriwijaya Post; *Gatewatching*; Media Sosial

PENDAHULUAN

Perkembangan teknologi yang pesat, membuat banyak perubahan pada pola perilaku manusia, di era ini manusia dihadapkan dengan berbagai inovasi digital. Teknologi internet merupakan salah satu bentuk dari perkembangan teknologi yang pesat. Internet adalah suatu jaringan komunikasi elektronik yang memungkinkan terhubungnya seluruh jaringan komputer yang ada di dunia. Setiap tahun pengguna internet terus bertambah, berdasarkan hasil survei yang dilaporkan oleh Hootsuite (*We Are Social*) pada tahun 2022 pengguna internet di Indonesia mencapai 204,7 juta jiwa dari 277,7 juta jiwa total penduduk Indonesia. Hadirnya internet memudahkan setiap aspek kehidupan manusia, salah satunya adalah kebutuhan informasi yang cepat. Saat ini kehidupan manusia yang bersifat serba cepat dan instan turut berdampak pada media yang harus beradaptasi dengan kecepatan tersebut. Salah satu bentuk dari perkembangan teknologi internet adalah munculnya konvergensi media di era digital.

Konvergensi media adalah persimpangan antara media lama dan media baru, yang dipengaruhi oleh perkembangan teknologi. Kini

untuk mendapatkan informasi manusia tidak hanya melalui media massa cetak, dengan perkembangan teknologi memudahkan manusia dalam memperoleh informasi dengan hadirnya situs berita berupa portal berita *online* yang bisa diakses melalui perangkat elektronik yang terhubung internet. Portal berita *online* mampu menyajikan produk jurnalistik dengan cepat dan gratis, dan inilah yang membedakannya dengan media konvensional lainnya.

Hadirnya media baru berupa portal berita *online* yang menyajikan produk jurnalisme *online*. Jurnalisme *online* merupakan bentuk jurnalistik yang menyampaikan berita melalui media internet. Jurnalisme *online* ini membawa perubahan dalam jurnalistik, baik dari segi bentuk media dan bahkan cara kerja wartawannya. Dewasa ini, dalam kegiatan jurnalistik wartawan tidak hanya turun ke lapangan untuk mencari sumber informasi sebagai sumber pemberitaan. Melalui perkembangan teknologi, kini mencari sumber pemberitaan dapat dilakukan dengan memanfaatkan berbagai saluran informasi diantaranya media sosial. Kemudahan dan kecepatan akses informasi menjadi alasan utama penggunaan media sosial menjadi sumber berita. Media sosial menjadi menarik dalam dunia jurnalistik karena kini

konten-konten di media sosial dapat dimuat menjadi suatu pemberitaan portal berita *online*. Media sosial dan aktivitas jurnanisme saling berkaitan, mulai dari pengumpulan berita (*news gathering*), produksi berita (*news production*), hingga pada tahap distribusi berita (*news distribution*). Dalam memuat berita pada portal berita *online* tidaklah mudah, karena meskipun dituntut dengan kecepatan, nyatanya masih terdapat beberapa tahapan yang harus dilakukan dalam produksi berita di sebuah media, yaitu meliputi; pra produksi, produksi, dan tahap pasca produksi. *Gatewatching* merupakan perkembangan dari teori lama *gatekeeping* yang menjelaskan bagaimana proses pengorganisasian berita yang hadir pada media baru di era digital. Perubahan paradigma *gatekeeping* menjadi *gatewatching*, merujuk pada praktik interaktivitas yang dibawa web, di mana media tidak lagi memegang kendali penuh terhadap khalayak. Konsep *Gatewatching* (pengamat gerbang) menjelaskan bahwa jurnalis mengamati saluran informasi yang melibatkan khalayak di dalamnya. *Gatewatching* merupakan praktik keterlibatan khalayak dalam kontribusi terhadap berita yang ditulis media, mereka mengamati, mengkritik, menafsirkan, dan membandingkan berita yang dimuat media arus utama. Penggunaan media sosial yang bertindak sebagai *gatewatcher* identik dengan artikel berita baru dan sumber lainnya di situs *web* berita utama kemudian membagikannya kembali di media sosial. Media sosial memungkinkan pengguna lain untuk membagikan ulang, menyukai, dan berkomentar pada unggahan. Keterlibatan pengguna dalam membagikan konten dan komentar terhadap berita yang dihasilkan media menunjukan fakta bahwa lembaga berita saat ini mulai merangkul media sosial sebagai suatu saluran tambahan untuk mendistribusikan konten berita mereka. Media sosial diadopsi oleh jurnalis ke dalam praktik jurnalistik diantaranya untuk mempromosikan berita, mengakurasi konten, *personal branding*, terhubung dengan sumber, memantau isu, dan terlibat dengan khalayaknya.

Salah satu media lokal Sumatera Selatan yang melakukan konvergensi media adalah Sriwijaya Post. Portal berita *online* Sriwijaya Post berdiri sejak tanggal 14 Oktober 2008 dengan nama Sripoku.com, namun terverifikasi oleh Dewan Pers dengan nama palembang.tribunnews.com. Dalam aktivitas jurnalistik nya Sriwijaya Post juga sangat aktif menggunakan media sosial, menurut informasi yang disampaikan oleh Manajer *online* Sriwijaya Post, Sudarwan mengatakan Sriwijaya Post mulai menggunakan media sosial dalam aktivitas jurnalistik sekitar tahun 2017, diantaranya untuk memantau isu. Selain itu media sosial yang

dimanfaatkan oleh Sriwijaya Post adalah sebagai media promosi, terhubung sumber berita, dan interaksi dengan pembaca. Portal berita *online* Sriwijaya Post memuat pemberitaan secara luas tidak hanya menyajikan berita lokal saja, untuk itu sebagai media lokal dalam memperoleh informasi jurnalis konten kreator menggunakan media sosial sebagai sumber pemberitaan.

Portal berita *online* Sriwijaya Post memberikan kesempatan pengguna untuk terlibat dalam pemberitaan. Salah satu bentuk keterlibatan khalayak dalam proses pemberitaan adalah jurnalis bisa menggunakan opini dari warganet. Pendapat warga di media sosial dalam mengomentari mengenai suatu isu dari figur publik (selebritas). Meski bukan sebagai sumber kredibel, memasukkan opini dari warganet bukan hal yang sulit ditemukan di portal berita *online*. Terdapat beberapa berita yang menggunakan opini berupa komentar warganet di media sosial dimuat menjadi judul berita, jurnanisme *online* memang memungkinkan hadirnya beragam suara dalam pemberitaan. Hadirnya konten warganet di portal berita *online* membawa harapan adanya keberagaman suara di jurnanisme massa. Kemudian, keterlibatan khalayak berupa adanya respon atau komentar yang diberikan pengguna melalui kolom komentar di media sosial yang dimiliki instansi.

Penelitian ini bertujuan mendeskripsikan secara mendalam *gatewatching* dalam aktivitas jurnalistik pada portal berita *online* Sriwijaya Post. Terutama berkaitan dengan aktivitas media arus utama yang mengolaborasi dengan media sosial. Sriwijaya Post yang terbuka dengan keterlibatan khalayak dalam pengorganisasian informasi, mulai dari penggunaan opini pengguna media sosial menjadi berita, interaksi, dan berita disebar kembali di media sosial, dan respon akhir dari pembaca tentu menarik untuk dibahas. Portal berita *online* Sriwijaya Post yang mengutamakan kecepatan dalam pemberitaan membuat proses pra pemilihan topik berita oleh jurnalis konten kreator sangat singkat, serta proses pengeditan yang instan pula mengakibatkan banyak kesalahan yang terjadi baik typo dan tidak akurat antara judul dengan isi berita.

1. *Gatewatching*

Praktik *gatewatching* semakin berkembang sebagai akibat dari kelangkaan saluran berita yang ada, sehingga informasi atau berita hanya bisa didapatkan oleh jurnalis profesional saja. *Gatekeeping* dalam praktiknya media merekonstruksikan lewat sudut pandangnya mengenai apa yang dianggap penting oleh khalayak, sehingga *gatekeeper* untuk media konvensional redaksi sepenuhnya yang memiliki wewenang dalam menentukan jenis berita untuk dikonsumsi

khalayak. Kurangnya ruang bagi khalayak terlibat dalam proses arus informasi bagi dunia jurnalisme, jurnalis dan editor yang mempertahankan kendali penuh dalam kegiatan jurnalistik. Dapat dikatakan tidak ada ruang bagi khalayak untuk berpartisipasi dan kontribusi dalam kegiatan jurnalistik. Praktik jurnalisme di era tradisional terbatas dengan ketersediaan saluran sehingga membenarkan praktik *gatekeeper* dalam menentukan produksi berita. *Gatekeeping* yang lahir di lingkungan keterbatasan saluran tidak lagi relevan dengan media baru yang memiliki informasi yang melimpah.

Teori *gatematching* adalah pengembangan atau inovasi dari teori *gatekeeping*. *Gatematching* merupakan praktik keterlibatan khalayak dalam kontribusi terhadap berita yang ditulis media, mereka mengamati, mengkritik, menafsirkan, dan membandingkan berita yang dimuat media arus utama. Editor dan redaktur memang masih menjadi *gatekeeper* dalam organisasi media mereka, namun banyaknya *gate* saluran informasi, membuat redaksi tidak lagi mampu mengontrol salah satu *gate*. Arus informasi akan tetap berjalan meskipun beberapa gerbang saluran ditutup, karena masih banyak gerbang saluran lain sehingga tidak menghalangi informasi dipublikasikan. *Gatematching* merupakan proses kurasi berita yang lahir mencerminkan keterlibatan khalayak dalam proses pembuatan berita yang berasal dari media baru. *Gatematching* pada dasarnya masih memanfaatkan konsep dari *Gatekeeping*, yaitu tentang tiga tahap *gatekeeping* dalam proses jurnalistik yang oleh Bruns juga bisa digunakan dalam *gatematching*, yaitu tahap *input*, tahap *output*, dan tahap *respon*.

Tahap *Input* adalah saat jurnalis melakukan pra pemilihan berita-berita yang mereka yakini layak untuk diliput dan dipublikasikan. Jurnalis menulis berbagai cerita dengan cara menggabungkan berbagai sumber yang memiliki beragam latar belakang dan konteks informasi, tahap pertama ini menjelaskan bahwa pengguna memiliki kebebasan dalam memilih sendiri informasi yang layak untuk diberitakan dari berbagai sumber yang tersedia. Tahap pertama ini dapat dikatakan jurnalis menggunakan media sosial untuk melihat fenomena apa yang sedang ramai diperbincangkan pengguna, dan melakukan interaksi dengan para pengguna untuk mendapatkan informasi.

Tahap *Output* adalah editor memilih dari jumlah total materi yang dihasilkan jurnalis dan hanya cerita-cerita yang mereka anggap paling penting bagi khalayak mereka, sesuai dengan lingkup berita umum akan dipublikasikan.

Tahap *Response* adalah tahap di mana terjadinya diskusi dan komentar yang tersedia untuk semua pengguna. Tahap ketiga cerita dibentuk dan diselesaikan oleh komentar pengguna, diskusi dan penilaian, sementara pada tahap yang sama mempertimbangkan sumber dan prosesnya tetap transparan. Saat ini jurnalis menggunakan akun media sosial pribadi turut membagikan ulang berita yang telah mereka tulis, *retweet*, serta tindak lanjut berupa komentar dan diskusi publik dengan khalayak, jurnalis dan khalayak terlibat satu sama lain pada proses ini

2. Media Sosial

Media sosial dapat diartikan sebagai sebuah aplikasi yang berbasis internet yang memungkinkan penciptaan dan pertukaran UGC (*User Generated Content*) antar pengguna. Melalui media sosial, setiap orang dapat membuat, membagikan, dan memiliki konten yang diinginkan. Kecepatan dalam menyebarkan informasi di media sosial seolah tampak menggantikan peran dari media massa konvensional sebagai penyedia informasi bagi khalayak. Bahkan tidak bisa di pungkiri, media konvensional turut menggunakan media sosial dalam aktivitas jurnalistiknya, baik sebagai sumber berita, menjalin interaksi dengan pembaca, dan untuk menyebarkan hasil tulisan wartawan. Ada beberapa kegunaan jurnalis mengadopsi media sosial ke dalam praktik jurnalistik, yaitu :

a. Mempromosikan Berita

Jurnalis serta organisasi berita mereka menggunakan platform media sosial untuk memublikasikan dan mempromosikan konten mereka sendiri. Jurnalis dan media mengadopsi berbagai platform baru bertujuan agar pembaca mereka mengetahui berita baru yang telah diunggah wartawan di portal berita *online*. Seiring berjalannya waktu promosi berita menjadi lebih canggih, contohnya penggunaan *hashtag* (#) di twitter yang memiliki makna dan dapat berkontribusi untuk meningkatkan jangkauan dan visibilitas pembaruan berita mereka.

b. Mengakurasi Berita

Di lingkungan yang mayoritas pengguna media sosial yang terlibat dalam berbagi berita, jurnalis bertindak sebagai kurator berita. Menurut Pew Research Center mengatakan bahwa jurnalis yang bertindak sebagai kurator menggunakan media sosial dapat membantu pengikut mereka untuk mengetahui konten apa yang menarik bagi mereka di web.

c. Personal Branding

Pada konteks lingkungan industri yang tidak pasti dan banyaknya tekanan persaingan untuk penurunan jumlah pekerja jurnalistik,

tentu pengembangan *personal branding* diakui secara signifikan dapat meningkatkan prospek karir jurnalis. Kehadiran dan keterlibatan di Twitter dengan menge-tweet lebih banyak, meskipun tidak menghasilkan berita terkini, nyatanya dapat meningkatkan popularitas koresponden.

d. Terhubung dengan Sumber

Melalui akun yang diikuti jurnalis di media sosial dapat membantu mereka mengetahui topik atau tagar apa yang sedang ramai dibicarakan. Sumber-sumber secara proaktif dapat menghubungi jurnalis melalui media sosial, sehingga menjadi sumber berita yang baru. Pernyataan sumber-sumber dalam akun media sosial mereka sendiri sekarang juga kerap kali dicantumkan ke dalam liputan jurnalistik.

e. Memantau Isu

Pada dasarnya jurnalis menggunakan media sosial untuk memantau atau mengetahui perkembangan isu terkini. Media sosial yang mampu memperbarui informasi dalam hitungan detik, tentu menjadi menarik bagi jurnalis untuk memantau isu apa yang sedang ramai diperbincangkan dan sebagai referensi untuk pemberitaan yang akan dilakukan.

f. Terlibat dengan Khalayak

Keterlibatan dengan pengguna media sosial dalam pemberitaan jurnalistik berupa hadirnya jurnisme warga. Keterlibatan jurnalis dengan khalayaknya dapat menguntungkan bagi jurnalis itu sendiri karena ia dapat memiliki kepercayaan dari pembacanya (Bruns, 2018, p. 204).

3. Jurnalistik *Online*

Jurnalistik adalah kegiatan mulai dari mencari, menggali, mengumpulkan, mengolah, dan menyebarkan berita kepada khalayak melalui media berkala seluas-luasnya dan secepat-cepatnya. Dengan perkembangan teknologi, juga memengaruhi dunia jurnalistik yang dikenal dengan nama jurnalistik *online*. Jurnalistik *online* atau *cyber journalism* merupakan jenis jurnalistik yang menyampaikan informasi melalui media internet, utamanya *website*. Perbedaan antara jurnalistik *online* dan jurnalistik konvensional adalah kecepatan, mudah diakses, adanya interaksi dengan pengguna, kemudian tenggat waktu di jurnalistik *online* juga berbeda dengan yang ada di media cetak, di mana dalam jurnalistik *online* dikenal dengan istilah “beberapa menit bahkan detik” dari peristiwa berlangsung. Kemudian kebenaran faktual, objektivitas tidak lagi hanya lagi dibangun di ruang redaksi, melainkan terjadi pertukaran antara jurnalis dan publik.

Paul Bradshaw dalam *Basic Principal of Online Journalism* menyebutkan setidaknya ada lima prinsip dalam jurnalistik *online* yaitu; *Brevity*, *Adaptability*, *Scannability*, *Interactivity*, *Community and Conversation* yang ia singkat B-A-S-I-C. Lima prinsip jurnalistik *online* Paul Bradshaw, yakni:

a. *Brevity* (Keringkasan)

Kehidupan manusia yang semakin sibuk membuat jurnalisme *online* menyesuaikan diri dalam memuat tulisan yang ringkas namun tetap menyampaikan makna. Ditengah kesibukan itu, pembaca tentu hanya memiliki sedikit waktu untuk membaca berita, sehingga informasi yang disajikan dalam portal berita *online* hendaknya singkat dan ringkas. Salah satu kaidah bahasa jurnalistik “KISS” yang memiliki arti *keep it short and simple*, menjelaskan bahwa naskah berita dibuat dengan singkat dan ringkas tanpa mengurangi makna berita.

b. *Adaptability* (Adaptasi)

Jurnalis berita *online* dituntut beradaptasi dengan kebutuhan dan preferensi publik. Kemajuan teknologi yang memunculkan portal berita *online* membuat jurnalis dapat menyajikan berita tidak hanya berupa teks, melainkan dalam bentuk foto, video, audio, dan grafik.

c. *Scannability* (Dapat dipindai)

Dalam memudahkan khalayak berita, situs-situs terkait jurnalistik *online* memiliki sifat dapat dipindai, sehingga pembaca tidak perlu merasa terpaksa dalam membaca berita.

d. *Interactivity* (Interaktivitas)

Tidak ada lagi komunikasi searah antara media dan khalayak. Kini dengan kemajuan teknologi, khalayak dan media dapat saling berinteraksi, di mana khalayak dapat memberikan umpan balik dan respon terhadap berita langsung kepada media.

e. *Community and Conversation* (Komunitas dan Percakapan)

Media *online* juga bisa disebut sebagai penjaring komunitas, hal ini karena publik dan media dapat saling berinteraksi. Kemudian media *online* dapat melakukan percakapan dengan khalayak dengan cara memberikan balasan atau umpan balik. Tersedianya kolom komentar yang terbuka untuk semua orang memungkinkan khalayak dapat melakukan interaksi dengan khalayak lainnya.

METODE PENELITIAN

Dalam penelitian ini peneliti memilih pendekatan penelitian kualitatif dengan metode deskriptif. Penelitian kualitatif adalah metode yang digunakan untuk mengeksplorasi dan memaknai suatu peristiwa sosial atau kemanusiaan dari

sejumlah individu atau kelompok individu. Metode deskriptif ini meneliti suatu kelompok, objek, kondisi, dan sistem pemikiran, yang mana peneliti memuat suatu catatan dengan deskripsi yang rinci, lengkap, dan mendalam berdasarkan data wawancara, dokumentasi, dan hasil observasi, dan menyajikan gambaran situasi yang sebenarnya guna mendukung penyajian data. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui *gatewatching* dalam aktivitas jurnalistik pada portal berita *online* Sriwijaya Post, sehingga peneliti menilai metode penelitian kualitatif deskriptif cocok digunakan dalam penelitian ini.

Peneliti menetapkan delapan informan yang akan menjawab pertanyaan penelitian, dengan tiga diantaranya berperan sebagai informan kunci, yaitu tim redaksi Sriwijaya Post meliputi Jurnalis Konten Kreator, Editor Konten Kreator, dan Manjer *Online*. Untuk menjaga keabsahan data, peneliti juga menetapkan lima informan pendukung yaitu pembaca portal berita *online* Sriwijaya Post, yang dipilih berdasarkan keaktifan memberikan respon dan interaksi terhadap pemberitaan melalui media sosial Sriwijaya Post. Teknik pengumpulan data melalui tiga teknik, yaitu wawancara mendalam dengan seluruh informan yang telah ditentukan. Melakukan observasi pengamat serta pemeran, yaitu keberadaan peneliti diketahui oleh objek yang diteliti sehingga memudahkan dalam mengambil data. Teknik terakhir adalah studi dokumentasi yaitu melakukan studi literatur yang berkaitan dengan topik penelitian, mulai dari penelitian terdahulu, buku, dan dokumen yang relevan. Teknik analisis menggunakan tiga analisis dari Miles dan Huberman; Kondensasi Data, Penyajian Data, dan Verifikasi dan Kesimpulan. Teknik keabsahan data menggunakan Triangulasi sumber, dengan cara melakukan pengecekan data dengan sumber lainnya untuk meyakinkan kebenaran yang ditemukan.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Sriwijaya Post adalah media lokal Sumatera Selatan yang telah berdiri lebih dari 35 tahun, dan resmi melakukan konvergensi media sejak 14 Oktober 2008 dengan nama Sripoku.com, portal berita ini sudah terverifikasi Dewan Pers dengan nama palembang.tribunnews.com. Portal berita *online* Sriwijaya Post ini memiliki misi menjadi media *online* terkemuka di Indonesia, sehingga tidak hanya menyajikan berita lokal saja melainkan memiliki kanal-kanal yang luas untuk menjangkau khalayak yang lebih luas lagi.

Gatewatching dalam aktivitas jurnalistik pada portal berita online Sriwijaya Post

1. Tahap *Input*

Tahap *Input* menjelaskan bahwa jurnalis

melakukan pra pemilihan berita-berita yang mereka yakini layak untuk ditulis dan dipublikasikan. Kehadiran berbagai media baru memudahkan jurnalis konten kreator Sriwijaya Post dalam mendapatkan informasi atau ide berita. Berdasarkan hasil wawancara dengan jurnalis konten kreator dan manajer *online*, topik berita yang dilakukan jurnalis konten kreator adalah berita selebritas. Kanal seleb yang ada pada portal berita *online* Sriwijaya Post menjadi kanal dengan produksi yang banyak, hal ini karena memiliki banyak peminat sehingga jurnalis konten kreator lebih memprioritaskan menulis berita selebritas. Sumber berita yang digunakan adalah media sosial, dengan melihat unggahan terbaru dari akun selebritas. Penggunaan media sosial sebagai sumber berita, mulai dari mengikuti akun-akun figur publik, melihat tagar *trending topic*, dan juga berdasarkan dengan topik kesenangan dari jurnalis yang bersangkutan. Hampir seluruh platform media sosial digunakan oleh jurnalis konten kreator untuk memantau isu dan sebagai ide pemberitaan, mulai dari *Tiktok*, *Instagram*, *Twitter*, *Youtube*, dan lainnya. Selain media sosial jurnalis juga menggunakan portal berita lain yang masih dalam naungan Kompas Gramedia *Group*, seperti *Tribun* dan *Grid.id* sebagai referensi dan tambahan data berita.

Kemudian diketahui pada portal berita *online* Sriwijaya Post yang memiliki jumlah produksi terbanyak adalah kanal seleb, hal ini karena kanal tersebut memiliki banyak peminat. Berdasarkan informasi yang disampaikan oleh informan, kanal seleb memiliki jumlah pembaca terbanyak untuk portal berita *online* Sriwijaya Post, sehingga bisa dikatakan jumlah produksi untuk berita selebriti menjadi lebih banyak jika dibandingkan dengan kanal lainnya. Rekap periodik produksi artikel berita portal berita *online* Sriwijaya Post yang menunjukkan jumlah produksi berita untuk bulan September 2022, kanal Seleb menjadi nomor satu dengan jumlah 849 berita.

Kecepatan menjadi prioritas dalam menulis berita, sehingga pertimbangan yang dilakukan sangat singkat. Pemberitaan selebritas kebanyakan sumber informasi bersumber dari akun pribadi figur selebritas di media sosial, sehingga jurnalis meyakini informasi yang didapatkan. Sedangkan untuk informasi yang bersumber dari akun gosip di media sosial, mereka memilih menggunakan istilah “diduga” untuk memperhalus bahasa dan tidak terkesan memojokkan. Pada penelitian ini menunjukkan terdapat dua opini berbeda antara jurnalis konten kreator dan manajer *online* dalam memandang perizinan adopsi konten media sosial untuk dijadikan pemberitaan. Berdasarkan hasil wawancara jurnalis konten kreator tidak melakukan izin adopsi konten media sosial untuk dijadikan

berita terutama untuk berita selebritas. Menurut Rizka selaku jurnalis konten kreator jika artis sudah memublikasikan suatu konten di media sosial maka itu sudah masuk ranah publik dan bisa digunakan siapa saja, sehingga izin tidak diperlukan. Untuk berita yang bersumber dari media sosial seperti *Youtube*, Rizka akan menonton dan mengutip perkataan yang dikatakan artis pada unggahan tersebut. Sedangkan manajer *online* memiliki pandangan yang berbeda. Sudarwan selaku manajer *online* kepada peneliti mengatakan bahwa media sosial merupakan informasi awal dalam pemberitaan yang dilakukan jurnalis, jurnalis harus melakukan langkah verifikasi terhadap kebenaran informasi tersebut. Jurnalis harus melakukan langkah-langkah tradisional dalam memverifikasi kebenaran informasi yang ada pada media sosial, sehingga mampu menyajikan informasi yang berimbang. Sudarwan mengungkapkan untuk informasi yang bersumber dari media sosial, verifikasi bisa dilakukan dengan cara menghubungi via *Direct Massage* (DM).

Berdasarkan studi dokumentasi, menemukan bahwa jurnalis media daring menggunakan media sosial sebagai data dalam pembuatan berita, di mana jurnalis media Info Kampus menyadur ulang data mentah dari akun penyelenggara acara tanpa melakukan verifikasi ulang kepada yang bersangkutan, sedangkan pada media *Times Indonesia* mengutip cuitan di *Twitter* sebagai pemberitaan hanya dengan mencantumkan sumber cuitan tanpa wawancara langsung. Fenomena penyebutan sumber berita dalam pemberitaan merupakan langkah memenuhi kaidah transparansi meskipun jurnalis tidak melakukan verifikasi langsung kepada yang bersangkutan.

Pada portal berita *online* Sriwijaya Post sering memasukkan opini warganet di media sosial sebagai sumber berita. Berdasarkan hasil wawancara dengan para informan menyatakan bahwa meskipun portal berita *online* memungkinkan memasukkan komentar warganet sebagai sumber berita, masih ada berbagai pertimbangan yang dilakukan. Regulasi dari perusahaan *Tribun Network* salah satunya Sriwijaya Post tidak diperkenankan memasukan opini negatif ke dalam pemberitaan secara langsung, pengutipin komentar warganet di media sosial diolah sedemikian rupa sehingga tidak memojokkan pihak lain. Untuk opini yang bernada positif diperbolehkan karena tidak akan menyinggung atau menyerang pihak lain. Dapat dikatakan portal berita *online* Sriwijaya Post terbuka akan keberagaman suara pemberitaan, opini atau komentar warganet memang banyak dimuat menjadi berita baik dari segi isi bahkan dari judul berita itu sendiri, hanya saja jurnalis lebih berhati-hati dalam menyaring opini yang bisa dimuat menjadi berita.

2. Tahap *Output*

Tahap *output* merupakan tahap editor tetap berperan penting dalam menentukan jenis berita yang layak untuk dipublikasikan melalui portal berita *online*, terjadi proses publikasi instan. Di tahap ini, editor memiliki peran dalam menentukan berita mana yang layak untuk dipublikasikan dan tidak. Tidak semua berita yang telah ditulis oleh jurnalis bisa dipublikasikan, beberapa kali berita yang dikirimkan jurnalis ditolak karena tidak sesuai dengan standar yang ditentukan oleh Sriwijaya Post. Dalam menentukan sebuah naskah berita khususnya yang berasal dari media sosial layak atau tidak untuk dipublikasi pada portal berita *online*, editor konten kreator memiliki pertimbangan berdasarkan pada kebijakan media dan juga pemahaman pribadi. Kemudian editor memiliki standar dalam melihat fokus pengeditan untuk mengejar kecepatan publikasi yang harus dipenuhi.

Berdasarkan hasil wawancara dengan Fadhila Rahmah selaku editor konten kreator mengatakan bahwa proses pengeditan tergantung dari jurnalis konten kreator, untuk jurnalis baru membuat editor lebih teliti dalam memeriksa tulisan yang dimuat, terutama berkaitan dengan typo dan paragraf yang panjang. Menurut Fadhila lama pengeditan untuk jurnalis baru bisa mencapai 30 menit karena terkadang harus merombak ulang berita, mulai dari judul, isi dan bahkan foto yang digunakan, sedangkan untuk jurnalis konten kreator yang sudah lama bekerja pengeditan berlangsung singkat hanya sekitar 7-10 menit saja. Fadhila Rahmah mengatakan bahwa dalam proses pemilihan berita yang layak atau tidaknya suatu berita dilihat dari penggunaan bahasa yang tidak terlalu vulgar. Media yang masuk dalam jaringan *Tribun* memiliki ketentuan untuk tidak menampilkan tulisan yang mengandung kekerasan baik berupa gambar ataupun narasi. Jika informasi yang ada di media sosial sangat penting untuk dibahas, namun sensitif maka editor akan menyaring bahasa yang ramah dibaca oleh pembaca.

Setiap berita yang telah melalui tahap pengeditan singkat akan dipublikasikan melalui portal berita *online* Sriwijaya Post (sripoku.com). Berita-berita tersebut tersusun rapi berdasarkan kategori berita, sehingga memudahkan pembaca untuk mencari berita yang diinginkan. Kemudian, Sriwijaya Post juga mengkolaborasi dengan media sosial dalam rangka *branding* dan mempromosikan berita yang telah ditulis jurnalis sehingga memudahkan pembaca mengetahui informasi tersebut. Sriwijaya Post juga mendistribusikan berita melalui media sosial juga sebagai bentuk promosi terhadap situs berita yang dilakukan oleh Sriwijaya Post. Setiap unggahan di media sosial, berisi judul dan deskripsi singkat tentang berita yang telah

dimuat. Melalui unggahan terbaru yang berisi berita tersebut, memudahkan khalayak mengetahui informasi terbaru dari berita yang baru saja diunggah di portal berita *online*. Saat khalayak merasa tertarik dengan berita tersebut maka akan membaca berita lengkapnya di situs berita.

Berdasarkan wawancara dengan informan pendukung yaitu pembaca portal berita *online* Sriwijaya Post, peneliti menemukan bahwa media sosial yang digunakan oleh Sriwijaya Post untuk membagikan ulang berita dan sebagai bentuk promosi sangat membantu bagi khalayak untuk mengetahui berita terbaru. Berdasarkan hasil wawancara dengan informan pendukung diketahui bahwa khalayak atau pembaca portal berita Sriwijaya Post mengikuti akun media sosial Sriwijaya Post untuk mengetahui berita yang baru saja diunggah oleh Sriwijaya Post. Menurut mereka unggahan media sosial yang menampilkan deskripsi singkat dari isi berita terbaru memacu rasa penasaran, membantu dirinya untuk memilih berita apa yang ingin dibaca tanpa susah mencari melalui portal berita *online* saat ia merasa tertarik akan mencari berita lengkap di portal dari khalayak untuk membaca berita lengkap di portal berita *online*. Pembaca yang mengikuti akun media sosial Sriwijaya Post ini turut aktif dalam memberikan respon terhadap pemberitaan, mereka akan membagikan ulang tautan berita yang menurut mereka penting dan menarik melalui akun media sosial.

3. Tahap *Response*

Tahap akhir ini menjelaskan berita yang telah dipublikasikan memungkinkan para khalayak bisa memberikan reaksi terhadap pemberitaan yang dilakukan, seperti pengguna bisa memberi komentar, membagikan ulang berita, memberi masukan, dan diskusi dengan jurnalis, dan ini bisa dimasukkan ke dalam pemberitaan. Sriwijaya Post mengolaborasi dengan media sosial dalam aktivitas jurnalistik, diantaranya adalah untuk *branding*, memantau isu, terhubung dengan sumber, dan sebagai media interaksi dengan khalayak (pengguna). Media sosial juga sebagai media interaksi yang terjadi antara media dan khalayak. Sriwijaya Post menggunakan media sosial sebagai media interaksi dengan pembaca. Khalayak dalam memberikan respon langsung mengenai pemberitaan melalui komentar pada unggahan, dan DM (*Direct Message*) di *Instagram*, ataupun *inbox* di *Facebook*, dan telepon atau surel. Pada awalnya, khalayak dapat memberikan komentar langsung di portal berita *online* Sriwijaya Post, namun sekarang sudah ditutup.

Pada era jurnalisme *online* ini memungkinkan terjadinya diskusi dan komentar yang tersedia untuk semua pengguna. Melalui media sosial Sriwijaya Post terbuka untuk semua komentar yang diberikan oleh

pembaca, bahkan antar pembaca bisa mengetahui reaksi pembaca lainnya. Melalui kolom komentar yang tersedia khalayak dapat melakukan interaksi dan diskusi terkait pemberitaan yang dimuat oleh media. Berdasarkan hasil wawancara dengan khalayak sekaligus pengikut media sosial Sriwijaya Post mengatakan bahwa terjadi diskusi antar pengguna media sosial. Saat memberikan komentar pada unggahan di media sosial *Instagram* Sriwijaya Post mengenai suatu pemberitaan terkait figur yang viral, komentar tersebut dibalas oleh pengguna lainnya. Media sosial yang terbuka untuk semua orang memudahkan komunikasi satu arah, antar khalayak berita bisa memberikan komentar terkait pemberitaan yang dimuat media, dan pengguna lainnya bisa melihat dan membalas komentar tersebut.

Peneliti melakukan observasi pada akun media sosial yang dimiliki oleh Sriwijaya Post khususnya *Instagram*. Melalui setiap unggahan di akun media sosial *Instagram* ini, peneliti melihat banyak respon berupa komentar yang dilakukan oleh pengguna media sosial atas pemberitaan yang dilakukan oleh Sriwijaya Post. Saat ini khalayak dapat memberikan respon terhadap pemberitaan melalui akun media sosial yang dimiliki oleh Sriwijaya Post. Setiap unggahan berita di media sosial selalu memiliki komentar yang disampaikan oleh khalayak sehingga membuat media khususnya jurnalis dan editor mengetahui bagaimana reaksi atas pemberitaan yang telah mereka muat.

Berdasarkan studi dokumentasi, *gatewatching* merupakan praktik keterlibatan khalayak dalam kontribusi terhadap berita yang ditulis media, mereka mengamati, mengkritik, menafsirkan, dan membandingkan berita yang dimuat media arus utama. Khalayak sebagai informan pendukung dalam penelitian ini, mengungkapkan bahwa jenis berita yang sering dibaca di portal berita *online* Sriwijaya Post merupakan berita selebriti. Respon yang sering diberikan khalayak atas pemberitaan yang dilakukan Sriwijaya Post adalah berupa komentar, menyukai, dan membagikan ulang berita yang menurut mereka menarik.

Pihak redaksi Sriwijaya Post menilai komentar yang diberikan oleh khalayak atas pemberitaan yang mereka muat adalah hal yang penting sebagai bentuk evaluasi dan melihat performa dari Sriwijaya Post. Respon pembaca juga dijadikan pertimbangan dalam menentukan topik pemberitaan yang dilakukan, jika suatu topik mendapat respon negatif maka jurnalis akan mengurangi jumlah topik tersebut untuk ditulis. Meskipun dianggap penting, nyatanya komentar yang disampaikan oleh khalayak di media sosial tidak ditanggapi secara langsung baik oleh jurnalis maupun editor. Jurnalis tidak memberikan umpan balik

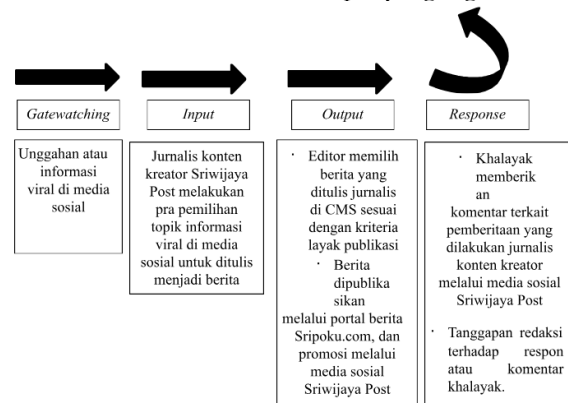
secara langsung baik menyukai komentar atau membalas komentar yang diberikan oleh khalayak pada unggahan berita di media sosial. Redaksi tidak memberikan umpan balik secara langsung kepada komentar yang diberikan khalayak.

“Kalau penulis, kalau saya sih tidak terlalu menanggapi karena itu kan sudah dikeluarkan atas nama media ya mba bukan atas nama personal, jadi kalau mereka menanggapi untuk kepentingan misalnya ke Sriwijaya Post nya bukan ke penulisnya, maksudnya jadi terserah misalnya mendapat respon negatif gitusih, tapi ini bisa jadi masukan juga ke kami sebagai penulis kira-kira konten ini ternyata tidak memenuhi keinginan khalayak, tidak memenuhi ekspektasi mereka kayak gitu” Rizka Pratiwi Utami (27 Oktober 2022)

Berdasarkan hasil wawancara di atas, Rizka tidak memberikan umpan balik kepada komentar khalayak atas pemberitaan yang dilakukan. Menurutnya, jurnalis hanya sebagai penulis, saat berita sudah dinaikkan ke portal atas nama media bukan personal, sehingga tidak berkewajiban baginya untuk memberikan respon langsung melainkan tugas dari media. Namun, untuk komentar negatif bisa menjadi masukan untuk pemberitaan yang akan dilakukan selanjutnya. Tidak hanya jurnalis, melainkan pihak redaksi memang tidak memberikan tanggapan secara langsung respon yang diberikan oleh khalayak. Sudarwan selaku manajer *online* mengatakan bahwa ada komentar yang harus ditanggapi dan yang bisa diabaikan, hal ini tergantung pada jenis komentar yang diberikan, jika memang suatu kritik membangun cara menanggapi adalah memperbaiki kualitas berita yang akan ditulis selanjutnya. Khalayak selaku informan pendukung dalam penelitian mengatakan bahwa komentar yang mereka berikan di akun media sosial Sriwijaya Post tidak pernah ditanggapi, bahkan untuk komentar terkait salah penulisan yang notabene bisa diperbaiki tetap tidak ditanggapi.

Gatewatching dalam aktivitas jurnalistik pada portal berita *online* Sriwijaya Post menunjukkan adanya kolaborasi media sosial dalam aktivitas jurnalistiknya. Sriwijaya Post mengandalkan media sosial dalam aktivitas jurnalistik diantaranya untuk memantau isu, terhubung sumber, sumber informasi, promosi berita, *branding*, dan interaksi dengan pembaca. Media sosial yang luas dan kecepatan dalam menyebarkan informasi, memungkinkan setiap pengguna untuk bisa memuat dan membagikan konten dengan pengguna lainnya. Informasi di media sosial bersifat terbuka untuk publik, sehingga sering digunakan oleh pengguna lain termasuk jurnalis. Proses *gatewatching* yang terjadi pada aktivitas jurnalistik ini mengacu pada penggunaan sumber-sumber informasi yang

terbuka untuk semua pengguna. Sumber informasi yang melimpah yang bersumber dari media sosial, memudahkan jurnalis konten kreator Sriwijaya Post dalam mencari dan memilih topik yang ingin ditulis.



Gambar 1. Bagan Proses Gatewatcher Berita pada Redaksi Portal Berita Online Sriwijaya Post

Jurnalis konten kreator Sriwijaya Post menulis berita melalui CMS (*Content Management System*), proses pengeditan dan publikasi sepenuhnya berada pada tangan editor konten kreator. Setiap berita yang dinilai layak akan dipublikasikan melalui portal berita *online* Sripoku.com atau palembang.tribunnews.com. Penggunaan media sosial tidak hanya sekedar untuk memantau isu dan sumber berita, melainkan untuk promosi berita yang telah dipublikasikan dan sebagai media interaksi dengan khalayak. Media sosial menjadi tempat bagi para pengguna untuk menyampaikan respon atau komentar terhadap pemberitaan yang dilakukan oleh jurnalis Sriwijaya Post.

Tahap *Input Gatewatching* yang terjadi di portal berita *online* menjelaskan bahwa jurnalis memiliki akses istimewa ke berbagai saluran informasi salah satunya adalah media sosial. Seperti yang dijelaskan oleh Bruns (2018, p. 195-196) aktivitas yang dilakukan jurnalis dalam meriset informasi adalah melalui mengikuti akun di media sosial atau mengecek trending topik dan tagar serta menghubungkannya dengan pemicu yang melandasinya. Jurnalis konten kreator Sriwijaya Post dalam aktivitas jurnalistik menggunakan media sosial salah satunya sebagai referensi pemberitaan yaitu membantu jurnalis menemukan ide berita yang tengah hangat dibicarakan oleh warganet. Jenis berita yang paling banyak diproduksi oleh jurnalis konten kreator Sriwijaya Post adalah berita selebritas, hal ini karena berita tersebut memiliki banyak peminat. Sebagai media lokal tentu dalam memuat berita selebritas memiliki keterbatasan dalam menjangkau narasumber, sehingga langkah yang dilakukan untuk mendapatkan informasi yang berkaitan dengan figur publik khususnya selebritas, jurnalis memanfaatkan media sosial.

Jurnalis konten kreator Sriwijaya Post melakukan pra-pemilihan berita yang mereka yakini layak untuk diberitakan berdasarkan pada penting dan menarik isu tersebut. Penggunaan media sosial oleh jurnalis paling banyak untuk memantau isu yang sedang ramai diperbincangkan pengguna media sosial (warganet), dan melihat unggahan terbaru dari akun figur publik sehingga memperkaya suara dalam pemberitaan. Jurnalis melihat dan menggunakan berbagai sumber baik media sosial maupun portal berita lain sebagai referensi dalam menulis berita. Memantau isu di media sosial selain mengikuti akun figur publik juga melihat tagar yang terdapat di media sosial membantu jurnalis untuk melihat topik yang sedang ramai diperbincangkan oleh pengguna sehingga bisa digunakan sebagai sumber pemberitaan.

Proses kurasi berita yang terjadi pada portal berita *online* tidak mendalam seperti halnya di media konvensional. Salah satu karakteristik dari portal berita *online* adalah *real time* dalam melaporkan berita, peristiwa yang baru saja terjadi bisa dipublikasikan saat itu juga meskipun wartawan tidak turun ke lapangan, sehingga terjadi pergeseran dari pra verifikasi berita menjadi pasca verifikasi. Jurnalis meyakini, sumber informasi yang berasal dari akun media sosial selebriti yang bersangkutan adalah informasi yang benar, dan untuk publik sehingga bisa digunakan sebagai bahan pemberitaan. Sedangkan untuk informasi yang beredar dari akun gosip di media sosial, jurnalis tetap memuat berita tersebut dengan menggunakan kata-kata seperti “diduga” sehingga tidak terkesan memojokkan.

Dewasa ini jurnalis menggunakan media sosial untuk memantau tanggapan warga mengenai suatu isu tanpa harus turun ke lapangan. Perusahaan media mengkolaborasi dengan media sosial memiliki tujuan untuk mengumpulkan komentar warga sebagai sumber berita dan memperkaya suara dalam produksi berita. Jurnalisme *online* yang mengutamakan kecepatan menyebabkan jurnalis konten kreator Sriwijaya Post menggunakan opini atau pendapat pengguna di media sosial sebagai sumber berita, berkaitan tentang pendapat mengenai suatu isu yang menarik yang ada pada media sosial. Tidak semua komentar layak ditulis menjadi berita, jurnalis hanya memasukkan opini pengguna yang bernada positif dan tidak mengandung unsur kebencian.

Terdapat dua sudut pandang berbeda yang diberikan oleh informan penelitian dalam memandang proses adopsi konten media sosial menjadi berita, berkaitan dengan mengecek akurasi berita yang bersumber dari media sosial dan perizinan adopsi konten menjadi berita. Jurnalis konten kreator meyakini bahwa informasi yang

sudah beredar di media sosial terutama untuk konten figur selebritas saat sudah diunggah di media sosial merupakan informasi untuk publik, sehingga bisa digunakan oleh siapa saja termasuk jurnalis, menurutnya perizinan konten sebelum adopsi menjadi berita tidak diperlukan. Berbanding terbalik dengan yang diyakini oleh Manajer *online* sekaligus editor justru menyatakan media sosial merupakan sumber pertama bukan utama dalam pemberitaan, izin menggunakan konten media sosial dapat dilakukan dengan memberikan keterangan sudah menghubungi orang yang bersangkutan melalui *Direct Message* sehingga kecepatan informasi tetap dilakukan.

Proses *gatewatching* yang terjadi pada tahap *output* ini menyatakan bahwa proses penentuan layak berita dan *editing* yang dilakukan sama dengan yang terjadi pada *gatekeeping* media konvensional. Hirarki editorial masih ada pada tahap penyeleksian dan keputusan layak publikasi berita. Editor yang berperan memilih dan menentukan berita yang mereka anggap penting untuk dipublikasikan dari sejumlah berita yang telah ditulis oleh jurnalis. Jurnalis konten kreator mengirimkan tulisan yang telah dimuat melalui CMS (*Content Management System*) yang ada di portal berita Sriwijaya Post, kemudian editor yang memiliki peranan penuh untuk memilih berita mana saja yang layak untuk dipublikasikan. Tidak semua berita yang telah ditulis oleh jurnalis bisa dipublikasikan, beberapa kali berita yang dikirimkan jurnalis ditolak karena tidak sesuai dengan standar yang ditentukan oleh Sriwijaya Post.

Dalam proses penyeleksian berita, editor konten kreator melakukan pengecekan kelengkapan informasi yang ditulis oleh jurnalis, apakah sesuai dengan standar, ada yang perlu ditambah, dibaca dan diperiksa penulisan baik dari tanda baca dan lain sebagainya. Hirarki editorial di redaksi konten kreator Sriwijaya Post masih ada, di mana editor beberapa kali menentukan topik berita yang harus ditulis oleh jurnalis konten kreator meskipun tidak sepenuhnya. Tahapan pengeditan dan lama proses pengeditan yang dilakukan editor konten kreator Sriwijaya Post tergantung pada kemampuan jurnalis konten kreator. Tahapan pengeditan yang dilakukan editor meliputi, memperbaiki judul, melihat kesalahan penulisan, dan foto yang digunakan.

Setiap pemberitaan yang telah melalui tahap pengeditan dan dinilai layak akan dipublikasikan melalui portal berita palembang.tribunnews.com atau Sripoku.com. Penyebaran berita melalui portal berita atau *website* dilakukan secara terpusat karena dapat dibaca langsung oleh khalayak secara

bersamaan. Melalui portal berita *online* palembang.tribunnews.com atau Sripoku.com ini, Sriwijaya Post mengunggah berbagai konten berita yang tersusun rapi berdasarkan kanal yang tersedia. Publikasi melalui portal berita *online* ini memiliki kategori berdasarkan jenis berita yang dimuat, juga terdapat tagar khusus sehingga memudahkan khalayak dalam memilih berita yang akan dibaca. Kanal yang memiliki banyak peminat pada portal berita *online* Sriwijaya Post adalah pada kanal Seleb.

Selain itu, Sriwijaya Post juga mengolaborasi media sosial dalam rangka mempromosikan berita yang telah diunggah di portal. Berita-berita yang baru saja diunggah di portal berita *online* sripoku.com disebar melalui seluruh media sosial Sriwijaya Post. Kemudian, ada beberapa berita akan diubah format menjadi video dengan menampilkan *news anchor* dan *voice over* untuk lebih menarik, dan video tersebut diunggah di media sosial seperti Instagram, Facebook, Tiktok, dan Youtube. Penggunaan media sosial untuk menyebarkan berita oleh Sriwijaya Post ini membantu khalayak untuk mengetahui berita terbaru, pengemasan yang cukup menarik memacu khalayak untuk membaca berita lengkap melalui portal berita *online* Sriwijaya Post, sehingga bisa dikatakan media sosial digunakan juga untuk mempromosikan portal berita *online*.

Terdapat temuan baru dalam penelitian ini dibandingkan penelitian terdahulu dan teori dari Bruns. Teori Bruns mengungkapkan bahwa saat ini jurnalis menggunakan akun media sosial pribadinya turut membagikan ulang berita yang telah mereka tulis, *retweet*, serta tindak lanjut berupa komentar dan diskusi publik dengan khalayak, jurnalis dan khalayak terlibat satu sama lain pada proses ini. Hasil penelitian ini menemukan bahwa jurnalis konten kreator Sriwijaya Post tidak membagikan ulang berita yang ditulis melalui akun media sosial pribadinya, kemudian jurnalis konten kreator juga tidak menanggapi secara langsung komentar yang diberikan khalayak atas pemberitaan yang telah dipublikasikan. Jurnalis konten kreator meyakini bahwa tugas jurnalis adalah menulis, setelah berita dipublikasikan atas nama media maka seluruh aktivitas selanjutnya jadi pertanggung jawaban media, termasuk menanggapi respon yang diberikan khalayak.

Tahap *Response*, menunjukkan bahwa pembaca Sriwijaya Post aktif dalam memberikan respon atas pemberitaan yang dilakukan oleh jurnalis. Respon khalayak atas pemberitaan yang dilakukan sering kali berupa komentar, menyukai, dan beberapa kali membagikan ulang tautan berita yang menurut mereka menarik. Jenis komentar yang banyak dilakukan pengguna adalah berkaitan dengan penulisan dan pengeditan yang dilakukan, di mana

untuk promosi berita di media sosial tidak akurat antara judul dan deskripsi berita sehingga menimbulkan banyak komentar negatif yang diberikan oleh khalayak.

Adanya keterlibatan pengguna dalam membagikan konten dan komentar terhadap berita yang dihasilkan media menunjukkan fakta bahwa lembaga berita saat ini mulai merangkul media sosial sebagai suatu saluran tambahan untuk mendistribusikan konten berita mereka. Keterlibatan pengguna ini memungkinkan berita yang ditulis jurnalis mendapat atensi publik dengan menerima respon dari pembaca. Sriwijaya Post memiliki akun di berbagai platform media sosial untuk mendistribusikan konten berita dan sebagai media interaksi dengan pengguna. Melalui seluruh platform media sosial yang dimiliki oleh Sriwijaya Post, pengguna atau pembaca dapat memberikan respon langsung terhadap pemberitaan yang telah dilakukan oleh jurnalis.

Jurnalisme era digital ini memudahkan komunikasi satu arah yang ada pada media konvensional. Di mana jurnalisme saat ini terbuka akan respon dan juga komentar untuk semua khalayak. Sriwijaya Post yang mengolaborasi dengan media sosial terbuka akan komentar bagi semua pembacanya, pada tahap ini memungkinkan terjadinya diskusi antar khalayak juga terjadi melalui kolom komentar pada media sosial Sriwijaya Post. Mereka saling menanggapi berbagai opini yang dilontarkan oleh pengguna lainnya. Interaksi dan diskusi yang terjadi adalah saat antar pengguna memberikan pendapat mengenai pemberitaan yang dilakukan oleh Sriwijaya Post, seperti Juslita Enjelina yang memiliki pengalaman saat pendapatnya ditanggapi oleh pengguna lainnya.

Redaksi Sriwijaya Post tidak menanggapi secara langsung komentar khalayak atas pemberitaan yang telah mereka muat. Jika unggahan di media sosial yang berisi pemberitaan mendapat banyak respon, redaksi akan meninjau jenis komentar tersebut, jika berita yang mereka unggah mendapat banyak komentar negatif maka langkah yang mereka lakukan adalah menghapus unggahan tersebut di media sosial. Menurut pihak redaksi tidak semua komentar yang disampaikan khalayak harus ditanggapi secara langsung, ada yang memang harus diabaikan. Redaksi Sriwijaya Post menilai komentar negatif yang diberikan khalayak kadang kala karena khalayak itu sendiri tidak memahami betul kerja jurnalis.

KESIMPULAN

Gatewatching dalam aktivitas jurnalistik pada portal berita *online* Sriwijaya Post menunjukkan adanya kolaborasi media sosial dalam aktivitas

jurnalistiknya. Sriwijaya Post mengandalkan media sosial dalam aktivitas jurnalistik diantaranya untuk memantau isu, terhubung sumber, sumber informasi, promosi berita, *branding*, dan sebagai media interaksi dengan pembaca. Proses *Gatewatching* pada portal berita *online* Sriwijaya Post terjadi dari mulai penentuan topik berita sampai tahap penerimaan berita oleh pengguna. Terdapat perubahan paradigma dari penjagaan gerbang arus informasi oleh media menjadi pengamatan gerbang arus informasi, jurnalis di era saat ini berperan sebagai kurator berita dalam memantau informasi yang tengah ramai diperbincangkan oleh warga di media sosial. Arus informasi tidak lagi hanya diperoleh dan diproduksi oleh media massa, terdapat peran kontributor di dalamnya, khalayak terlibat dalam proses pengorganisasian informasi. Media sosial dan aktivitas jurnalistik pada era saat ini saling berkaitan mulai dari sumber pemberitaan dan menyebarkan kembali berita.

Pada tahap *Input*, menunjukkan bahwa jurnalis konten kreator Sriwijaya Post menggunakan media sosial untuk memantau isu yang sedang ramai diperbincangkan terutama berkaitan dengan figur publik dalam menentukan topik berita. Pada tahap *Output*, hirarki editorial masih terdapat pada portal berita *online* Sriwijaya

Post di mana editor yang berperan sepenuhnya dalam menyeleksi dan memublikasikan berita yang mereka yakini layak untuk dipublikasikan dari sejumlah berita yang telah ditulis oleh jurnalis konten kreator. Kemudian setiap berita yang telah diedit akan dipublikasikan melalui portal berita *palembang.tribunnews.com* atau *Sripoku.com*, selain itu akan disebar melalui media sosial yang dimiliki oleh Sriwijaya Post. Tahap *Response*, khalayak memberikan respon berupa komentar, menyukai unggahan melalui berbagai platform media sosial Sriwijaya Post, dan membagikan ulang berita. Tidak terjadi diskusi dan umpan balik yang diberikan jurnalis terhadap komentar khalayak.

REFERENSI

- Bruns, A. (2011). Gatekeeping, Gatewatching, Real Time Feedback: New Challenges For Journalism. *Brazilian Journalism Research*, 7(II), 117–136.
<https://doi.org/10.25200/BJR.v7n2.2011.355>
- Bruns, A. (2018). *Gatewatching and News Curation: Journalism, Social Media, and The Public Sphere*. Peter Lang.
- Creswell, J. W. (2019). *Research Design: Pendekatan Metode Kualitatif, Kuantitatif, dan Campuran* (A. Fawaid & R. K. Pancasari (trans.); 4th ed.). Penerbit Pustaka Pelajar.
- Kinantan, A. G. (2019). *Gatewatching Media Sosial di Redaksi Media Online (Penggunaan Twitter dalam Pemberitaan Tirto.id Mengenai Isu Pelecehan & Kekerasan Seksual)*.
- Romli, A. S. (2018). *Jurnalistik Online, Panduan Mengelola Media Online*. Nuansa Cendekia.
- Stanoevska-Slabeva, K., Sacco, V., & Giardina, M. (2012). Content Curation: A New Form of Gatewatching for Social Media? *International Symposium on Online Journalism (ISOJ)*.
- Sujoko, A., & Larasati, G. P. (2017). Intervensi Media Sosial dalam Pergeseran Aktivitas Jurnalistik Online di Malang. *Jurnal Komunikasi Islam*, 07(02), 226–254.
<https://doi.org/10.15642/jki.2017.7.2.226-254>
- Sumadiria, A. H. (2019). *Jurnalistik Indonesia, Menulis Berita dan Feature: Panduan Praktis Jurnalis Profesional*. Simbiosis Rekatama Media.