

COMMUNICATIONS

PROSES PRODUKSI BERITA PADA LAMAN SOLOPOS.COM DENGAN TREN MEDIA SOSIAL SEBAGAI SUMBER IDE KONTEN DIGITAL

¹Sandra Kartika Hapsari, ^{2*}Anjang Priliantini

^{1,2} Prodi Ilmu Komunikasi, FISIP, Universitas Sebelas Maret, Jalan Ir. Sutami 36A, Kentingan, Jebres, Surakarta

*anjangpriliantini@staff.uns.ac.id

ARTICLE INFO

Received on January 31, 2024

Received in revised from January 6, 2025

Accepted on January 8, 2025

Published on January 31, 2025

Keywords: (3-5 words)

New media

Digital content

Social media

How to cite this article: Hapsari, Sandra Kartika & Anjang Priliantini. (2025). *Proses Produksi Berita pada Laman Solopos.com dengan Tren Media Sosial sebagai Sumber Ide Konten Digital*. *Communications* 7(1), 57-73

ABSTRACT

Rapid technological developments have brought us to the era of new media. One form of new media is an online news portal which is a new type in the world of journalism. To fulfil news values, especially human interest, journalists are currently looking for news ideas from social media content. In fact, social media is known to contain many hoaxes or fake news. For this reason, this research aims to examine the use of social media trends as a source of digital content ideas on the Solopos.com page. This research aims to examine the application of using social media trends as a source of digital content ideas on the Solopos.com page. This qualitative research

uses Framing Theory. The research results show that there are several steps that journalists must go through before developing content ideas from social media trends. These steps start with planning to determine the topic, determining the news point of view, collecting news material (hunting), writing, and editing

ABSTRAK

Perkembangan teknologi yang pesat telah membawa kita pada era media baru. Salah satu bentuk media baru adalah portal berita online yang merupakan tipe baru dalam dunia jurnalistik. Untuk memenuhi nilai berita, terutama *human interest*, jurnalis saat ini banyak mencari ide berita dari konten media sosial. Padahal, media sosial dikenal banyak mengandung *hoax* atau berita palsu. Karena itulah, penelitian ini bertujuan untuk mengkaji pemanfaatan tren media sosial sebagai sumber ide konten digital pada laman Solopos.com. Penelitian kualitatif ini menggunakan Teori Framing. Hasil penelitian menunjukkan bahwa ada beberapa langkah yang harus dilewati oleh wartawan sebelum mengembangkan ide konten dari tren media sosial. Langkah-langkah tersebut diawali dari perencanaan untuk menentukan topik, menentukan sudut pandang berita, mengumpulkan bahan berita (*hunting*), *writing*, dan *editing*.

INTRODUCTION

Kemunculan media baru merupakan fenomena yang tidak dapat diabaikan dan menjadi bagian integral dari percepatan akses teknologi informasi yang semakin meluas di era digital. Media baru yang mencakup berbagai *platform* digital dan sosial telah membawa perubahan signifikan dalam cara kita mengakses dan berinteraksi dengan informasi. Kemudahan akses yang diberikan oleh media baru memungkinkan pengguna untuk lebih adaptif dan responsif terhadap perkembangan informasi yang terus berubah.

Penting untuk diakui bahwa media baru memiliki dampak yang besar pada preferensi khalayak terkait sumber informasi. Dulu, sumber informasi utama seringkali terbatas pada surat kabar, televisi, atau radio. Namun, dengan kemunculan media baru, individu memiliki akses ke berbagai jenis sumber informasi dalam hitungan detik. Kehadiran internet dan *platform* berita digital telah mengubah cara orang mencari, mengakses, dan mengonsumsi berita dan informasi. Hal ini membuat masyarakat lebih beragam dalam memilih sumber informasi yang mereka konsumsi sesuai dengan minat dan kebutuhan masing-masing khalayak.

Dinamika informasi yang beragam dalam media baru, seperti halnya internet dan *platform* media sosial telah membuka pintu bagi masyarakat untuk mengakses berita, data, dan informasi lainnya dengan cepat dan efisien. Hal ini memungkinkan individu untuk menjadi lebih adaptif dalam memenuhi kebutuhan informasinya, memungkinkan mereka untuk mengeksplorasi berbagai sudut pandang dan sumber yang beragam.

Kehadiran media baru telah mengubah dinamika industri media tradisional dan menghadirkan tantangan baru bagi media cetak dan televisi. Perubahan ini terjadi karena perkembangan teknologi informasi yang pesat dan pergeseran preferensi masyarakat dalam mengonsumsi berita dan hiburan. Sebagai respons terhadap perubahan ini, banyak perusahaan media tradisional melakukan konvergensi media, tak terkecuali PT Aksara Solopos yang meluncurkan laman *website* Solopos.com.

Kecepatan persebaran arus informasi kian hari mengalami peningkatan. Terlebih pada saat pandemi wabah Covid-19 menyerang, PT Aksara Solopos berhasil mengalami pertumbuhan yang signifikan pada *platform* digitalnya berkat kemampuannya dalam menyajikan informasi dengan cepat dan terbaru melalui media digital (Qurata'ayun, 2023). Solopos.com berupaya untuk menjadi sumber berita yang tepercaya dan terkemuka di dunia daring. Maka dari itu, dalam menyusun konten digitalnya Solopos.com menyajikan berita

yang menarik namun tetap mengedepankan faktualitasnya. Sesuai dengan yang dikemukakan dalam *Interpretative Reporting*, Curtis D. MacDougall mengungkapkan bahwa jurnalistik merupakan suatu aktivitas mengumpulkan berita, menyelidiki fakta, dan melaporkan peristiwa yang sedang terjadi (MacDougall, 1972).

Dalam merancang topik berita, kini jurnalis mendapatkan jendela dunia baru dengan mengakses sumber-sumber *online*, terutama media sosial. Selama ini media sosial identik dengan pemenuhan kebutuhan saja, namun siapa sangka media sosial juga bisa menjadi ide konten digital. Hal ini mencerminkan pergeseran tren dalam dunia jurnanisme, di mana pencarian sumber berita secara masif telah beralih ke media sosial. Ratusan bahkan ribuan informasi yang ditemukan di media sosial memainkan peran yang sangat signifikan dalam membantu jurnalis mengidentifikasi berita dan mengejar berbagai ide konten berita digital.

Pada dasarnya seorang jurnalis dalam menentukan suatu ide berita harus memperhatikan nilai berita (*news value*) dari peristiwa yang akan dijadikan berita. Salah satu nilai berita yang penting adalah *human interest*, atau suatu cerita yang mengandung ketertarikan bagi banyak orang. Karenanya, saat ini jurnalis juga mempertimbangkan media sosial sebagai salah satu sumber informasi yang dapat menjadi ide berita yang memenuhi nilai *human interest*. Sebab, algoritma yang dibangun oleh media sosial seperti Instagram dan X mampu mengarahkan pengguna pada suatu konten yang sedang diminati atau menjadi perhatian oleh banyak orang. Seperti adanya fitur *explore* pada Instagram dan *trending topic* pada X. Dengan melihat konten yang sedang *trending* di media sosial, memungkinkan artikel berita yang diproduksi oleh jurnalis memiliki peluang yang besar untuk diakses atau dibaca oleh banyak orang. Tentu saja, hal ini menjadi target atau tujuan jurnalis dalam membuat berita.

Namun demikian, seorang jurnalis tidak bisa serta-merta mencari ide berita dari konten media sosial yang sedang *trending* tanpa memastikan kebenaran dari konten tersebut. Hal ini karena media sosial dianggap mengandung unsur *hoax* yang tinggi (Rahmadhany, Safitri, Irwansyah, 2021). Dalam menulis berita, tidak hanya penting untuk memilih topik yang menarik perhatian, tetapi juga untuk memperhatikan fakta-fakta yang dapat disajikan kepada khalayak. Berita yang kuat dan kredibel adalah berita yang berlandaskan pada data yang akurat dan informasi yang dapat dipercaya. Dalam era informasi digital, bukan hal yang mengejutkan lagi apabila berita-berita disisipi dengan informasi palsu yang bertebaran. Padahal, berita yang dipublikasikan harus memperhatikan kualitas informasi yang disampaikan yakni dengan menyajikan fakta yang relevan dan dapat

dipercaya kepada masyarakat untuk membantu masyarakat dalam membentuk pandangan dan pengambilan keputusan.

Dalam produk jurnalistik sangatlah diperlukan memuat informasi penting untuk khalayak dan tetap memperhatikan kode etik jurnalistik. Dengan kemajuan teknologi informasi dan kehadiran internet, masyarakat dapat mengakses berita melalui berbagai *platform*, seperti situs web berita, media sosial, hingga aplikasi berita. Kecepatan distribusi informasi ini memberikan kemudahan bagi individu untuk tetap terinformasi tentang peristiwa terkini, tren, dan perkembangan di seluruh dunia. Pendekatan yang dilakukan oleh Solopos.com dalam pengembangan konten digitalnya merupakan refleksi dari peran penting jurnalisme berkualitas dalam masyarakat. Memisahkan fakta dari opini, serta menyediakan berita yang terverifikasi dan terpercaya adalah bagian integral dari upaya mereka untuk memberikan pelayanan berita yang bermutu dan dapat diandalkan kepada pembaca PT Aksara Solopos. Atas dedikasinya ini, Solopos.com dianugerahi beberapa penghargaan, seperti Penghargaan Solopos.com sebagai Media Online Terproduktif oleh Otoritas Jasa Keuangan (OJK) tahun 2023 (Rini, 2023), Penghargaan Media Brand Awards 2023 untuk kategori media lokal (Ihsan, 2023), dan penghargaan dari Asosiasi Media Siber Indonesia (AMSI) untuk 2 kategori sekaligus, yaitu kategori media lokal dengan pertumbuhan brand terbaik dan kategori media dengan inovasi teknologi terbaik (Rahayu, 2023).

Besar dan luasnya pengaruh media sosial, terutama dunia jurnalistik menjadi suatu fenomena yang sedang hangat terjadi. Perkembangan teknologi digital dan penguasaan internet yang kian hari semakin tinggi telah mengubah cara media tradisional dalam mendapatkan, mengelola, hingga menyebarkan informasi. Dalam era digital dewasa ini, media sosial telah menjadi sumber informasi dan inspirasi terkhususnya bagi *platform* media. Dari fenomena yang sedang terjadi memunculkan pertanyaan mengenai bagaimana salah satu media online di Indonesia seperti Solopos.com memanfaatkan tren media sosial serta mengadopsinya dengan tujuan untuk mengembangkan konten digital pada laman miliknya. Oleh karena itu, penelitian ini akan mengulas mengenai bagaimana pemanfaatan tren media sosial sebagai sumber ide konten digital pada laman Solopos.com serta bertujuan untuk mengkaji keberhasilan Solopos.com dalam menarik pembaca melalui pemilihan konten yang memanfaatkan tren media sosial.

Dengan demikian, penelitian ini diharapkan mampu menghasilkan penerapan strategi yang efektif dalam mengadaptasi tren media sosial sehingga menghadirkan konten yang relevan dan menarik, mendorong untuk terus berinovasi dan adaptif terhadap perubahan

tren dan preferensi audiens sehingga menyajikan konten yang *up-to-date*, serta membuka perspektif bawasannya melalui pemanfaatan media sosial sebagai sumber ide konten digital berita, media online tak hanya berfokus dalam hal memperoleh dan penyedia informasi terkini, melainkan juga memperkuat peran komunikasi dalam menyajikan berita yang bermanfaat edukasi dan responsif terhadap kebutuhan hiburan audiensnya.

CONCEPTUAL FRAMEWORK

Konten Media Digital

Media digital adalah media yang kontennya berbentuk gabungan data, teks, suara, dan berbagai jenis gambar yang disimpan dalam format digital dan disebarluaskan melalui jaringan berbasis kabel *optic broadband*, satelit, dan sistem gelombang mikro (Flew, 2008). Denis McQuail (1987) mendefinisikan media digital sebagai perangkat teknologi elektronik yang berbeda dengan penggunaan yang berbeda pula. Media elektronik baru ini mencakup beberapa sistem teknologi seperti sistem transmisi melalui kabel atau satelit, sistem miniaturisasi, sistem penyimpanan dan pencarian informasi, sistem penyajian gambar dengan menggunakan kombinasi teks dan grafik secara lentur, dan sistem pengendalian oleh komputer.

Ciri media digital antara lain pengadaan dan pemilihan berita tidak lagi sepenuhnya berada di tangan komunikator (desentralisasi), kemampuan pengantaran melalui kabel atau satelit untuk mengatasi hambatan komunikasi yang disebabkan oleh pemancar siaran lainnya, terciptanya komunikasi timbal balik dimana komunikan dapat memilih, menjawab kembali, menukar informasi dan dihubungkan dengan penerimainlainnya secara langsung, dan fleksibilitas bentuk, isi, dan penggunaan (McQuail, 1987).

Seperti dijelaskan oleh McQuail (1987) bahwa pesan atau konten pada media digital tidak lagi sepenuhnya di tangan komunikator, tapi komunikan juga dapat mengatur topik konten apa saja yang masuk ke laman atau media sosialnya. Hal ini sering diistilahkan sebagai algoritma. Mesin dapat merekam topik apa yang sedang diminati, dicari, dibutuhkan oleh komunikan (pengguna), sehingga kemudian konten yang relevan dikirimkan pada akun pengguna.

Media Sosial

Menurut Damian Ryan (2009), media sosial adalah perangkat lunak dengan layanan berbasis web yang memungkinkan pengguna untuk berkumpul bersama secara *online*, bertukar, berdiskusi, berkomunikasi, dan berpartisipasi dalam segala bentuk interaksi sosial. Interaksi tersebut berupa teks, audio, gambar, video, dan sebagainya. Media sosial memungkinkan sekelompok orang membahas atau mendiskusikan suatu topik yang diminati, disukai, atau tentang suatu peristiwa yang sedang menjadi topik hangat di kalangan masyarakat. Semakin banyak partisipan yang turut serta dalam diskusi menjadikan topik tersebut mampu mencapai *trending topic*. Beberapa media sosial yang dapat menampilkan hasil dari *trending topic* tersebut adalah Twitter dan *search engine* Google. Namun dewasa ini sejak adanya teknologi algoritma, semua media sosial mampu merekam aktivitas penggunanya, termasuk melacak topik konten yang dibutuhkan.

METHODOLOGY

Jenis penelitian ini adalah kualitatif untuk mendeskripsikan cara menemukan ide konten digital menggunakan tren media sosial pada laman Solopos.com. Metode pengumpulan data penelitian menggunakan observasi partisipatoris (pengamatan yang menekankan pada keterlibatan peneliti dalam objek penelitian) sebagai data primer. Sedangkan data sekundernya meliputi pemanfaatan artikel berita, jurnal, buku, dan dokumen lain yang relevan. Data dalam penelitian ini akan dianalisis menggunakan teknik analisis interaktif Miles & Huberman (1992) yang meliputi reduksi data, penyajian data, dan penarikan kesimpulan (verifikasi). Validitas hasil penelitian dibuktikan melalui uji triangulasi data (Sutopo, 2002). Peneliti menggunakan uji triangulasi berbagai sumber data untuk menggali fenomena yang diteliti. Artinya, peneliti berupaya melakukan *cross check* antara informasi yang ditemukan dalam penelitian dengan pernyataan atau informasi dari berbagai rujukan. Upaya *cross check* ini berfungsi untuk menegaskan temuan penelitian atau sebaliknya, membantah temuan penelitian dan mendiskusikannya.

FINDINGS & DISCUSSION

Sejalan dengan perkembangan waktu, media telah mengalami transformasi dan memunculkan bentuk baru yang disebut sebagai media baru atau *new media*. Dengan perubahan besar yang terjadi, media massa memanfaatkan segala aspek digitalisasi,

teknologi internet, serta budaya media konvensional dalam produksi berita hingga penyebaran pesan dan informasi (Chun & Keenan, 2006).

Salah satu bentuk *new media* adalah media *online* atau portal berita *online* yang menjadi tipe baru dalam dunia jurnalistik. Dengan mengintegrasikan unsur-unsur jurnalisme tradisional dengan teknologi, internet menciptakan lanskap media yang menghadirkan berbagai peluang tak terbatas dalam mengolah dan menyebarluaskan informasi berita kepada khalayak (Santana, 2005). Untuk menyajikan berita yang kemudian dikonsumsi oleh pembaca, media memilah dan memilih topik ataupun isu mana yang nantinya akan dipublikasikan. Penulis menggunakan teori *framing* untuk menganalisis penulisan konten digital yang dipublikasikan pada laman *website* Solopos.com. *Framing* menurut G. J. Aditjondro sendiri digarisbawahi sebagai teknik penyajian realitas di mana kebenaran mengenai suatu peristiwa tidak disangkal sepenuhnya tetapi disajikan secara halus menggunakan penekanan pada aspek dan elemen tertentu yang disempurnakan dengan istilah-istilah konotasi khusus dan dukungan visual seperti foto, karikatur dan ilustrasi (Karman, 2012). Dengan kata lain, *framing* erat kaitannya dengan bagaimana cara sebuah media memberitakan atau memberikan informasi yang disajikan untuk memengaruhi persepsi dan pemahaman pembaca.

Erving Goffman dalam bukunya berjudul *Frame Analysis: An Essay on the Organization of Experience* menjelaskan bahwa *framing* digunakan dengan tujuan untuk mengatur bagaimana khalayak memandang suatu peristiwa atau situasi dengan membentuk suatu persepsi dan pemahaman yang berbeda untuk menginterpretasikan realitas tertentu (Goffman, 1974). Dengan *framing* pula, media memiliki kendali atas bagaimana narasi dan pemahaman tentang suatu topik diberikan kepada publik, sehingga memungkinkan media untuk memberikan pengaruh terhadap pendapat dan perspektif masyarakat terhadap isu-isu tertentu (Entman, 1993).

Sejalan dengan hal itu, penulis menggunakan teori *framing* model Zhongdang Pan dan Gerald M. Kosicki yang membagi teks berita sebagai struktur *framing*. Dikutip dari Pasaribu (2021), Zhongdang Pan dan Gerald M. Kosicki membagi ke dalam empat struktur besar pada perangkat *framing*, yaitu:

1. Struktur Sintaksis

Berisi tentang bagaimana wartawan menyusun sebuah fakta sebelum dijadikan sebagai berita. Pada bagian ini menguraikan skema penyusunan piramida terbalik

dengan rincian *headline*, *lead*, latar informasi, kutipan sumber, pernyataan, dan penutup. Piramida terbalik dalam dunia jurnalistik merupakan sebuah metode yang digunakan seorang jurnalis untuk menyusun fakta berdasarkan tingkat relevansinya, dengan menyajikan fakta esensial di awal dengan harapan akan mempermudah pembaca dalam memahami topik yang diberitakan (*The lost meaning of 'objectivity'*, 2023).

2. Struktur Skrip

Berisi tentang bagaimana wartawan menghadirkan unsur-unsur kunci dalam penyajian berita, yaitu *what*, *when*, *where*, *who*, *why*, *how*. Dengan penyusunan 5W+1H, wartawan mampu dapat memberikan gambaran yang komprehensif tentang apa yang terjadi dalam suatu peristiwa atau situasi dan pembaca dapat memahami berita dengan lebih baik.

3. Struktur Tematik

Berisi tentang bagaimana wartawan menulis fakta dengan menggabungkan kata dan diksi yang dipilih untuk membentuk sebuah kalimat yang kemudian menjadi paragraf yang padu. Setiap kalimat yang dipilih mampu mengomunikasikan informasi secara efektif untuk menciptakan narasi yang kuat dan menggambarkan esensi dari berita kepada pembaca.

4. Struktur Retoris

Berisi tentang bagaimana wartawan menekankan dan memperkuat narasi berita dengan memanfaatkan: 1) pengandaian yang dapat membantu memvisualisasikan informasi dan membuatnya lebih mudah dipahami oleh pembaca, 2) metafora untuk merepresentasikan fakta, 3) idiom yang menciptakan nuansa dan gaya pada penulisan dan tetap menjaga akurasi informasi.

Tren media sosial telah mengubah lanskap konten digital secara drastis. Hal ini pun terlihat pada proses pembuatan konten digital pada laman Solopos.com. Dalam hal ini, Solopos.com memanfaatkan media sosial sebagai sumber utama ide konten digital. Seolah menjadi jendela menuju dunia yang tak terbatas, media sosial juga bisa menjadi tempat untuk eksplorasi mencari topik berita. Semakin terhubungnya dunia digital telah membawa kita ke dalam era di mana manfaat positif dan manfaat negatif beriringan. Di satu sisi, kita memiliki akses tak terbatas ke berbagai peluang, di sisi lainnya kita juga berhadapan dengan risiko yang tak terbantahkan, yakni maraknya berita palsu. Oleh karena itu, dalam menyusun

pandangan terhadap berita dan informasi yang kita temui di dunia maya, penting untuk mengadopsi sikap yang bijak, salah satunya tidak mudah percaya pada sumber tunggal.

Melalui *framing*, Solopos.com memilah dan memilih topik berita yang nantinya akan diinterpretasikan sehingga dapat memaksimalkan manfaat tren media sosial untuk menghasilkan konten yang menarik, relevan, dan bersaing di era digital dengan melalui 4 struktur *framing* milik Zhongdang Pan dan Gerald M. Kosicki.

Langkah pertama dalam menulis konten digital adalah *planning* dengan menentukan topik yang akan menjadi fokus pemberitaan. *News planning* merupakan langkah awal yang dilakukan sebelum menghasilkan berita dengan melibatkan koordinasi dalam rapat redaksi, perumusan isi berita, dan peliputan (Ginting, 2020). Apapun topik yang akan ditulis, media massa harus tetap menjaga nilai-nilai berita yang esensial. Nilai-nilai berita tersebut meliputi (Supadiyanto, 2020):

1. Aktualitas (*timeliness*) mengacu pada informasi yang *up-to-date* dan mencerminkan peristiwa yang menarik minat publik.
2. Kedekatan (*proximity*) mengacu pada relevansi geografis berita dengan lokasi pembaca membuat berita tersebut lebih menarik karena berdampak secara langsung pada pembaca.
3. Ketenaran (*prominence*) melibatkan tokoh-tokoh terkenal yang cenderung memikat perhatian lebih dari pembaca.
4. Dampak (*consequence*) mengacu pada konsekuensi suatu peristiwa terhadap publik.
5. *Human interest* melibatkan aspek emosional dan cerita individu yang seringkali menarik bagi pembaca karena membangkitkan perasaan dan empati.
6. Konflik (*conflict*) merupakan unsur berita yang umumnya menjadi pusat perhatian bagi pembaca karena memiliki daya tarik yang kuat dan dapat memicu perdebatan.
7. Seks (*sex*) menarik perhatian publik bahkan menjadi sorotan utama meskipun terkadang isu-isu seksual atau kontroversial tidak selalu memiliki relevansi dalam berita.
8. Kemajuan (*progress*) mengacu pada berita yang menceritakan tentang perubahan yang signifikan atau perkembangan positif dalam suatu subjek.

Jurnalis Solopos.com mempertimbangkan faktor-faktor mencakup 1) relevansi topik bagi pembaca di mana topik yang relevan dengan kehidupan sehari-hari pembaca cenderung lebih menarik perhatian; 2) *proximity* atau kedekatan topik dengan kehidupan

pembaca, aktualitas informasi yang disajikan menjadi kunci karena pembaca seringkali lebih tertarik pada berita yang memengaruhi lingkungan pembaca, dan 3) *prominence* atau ketenaran lokasi maupun tokoh yang menjadi subjek utama dalam topik berita, berita yang sarat akan *prominence* biasanya lebih menarik pembaca karena *prominence* tidak hanya meningkatkan daya tarik berita, tetapi juga membantu membangun hubungan emosional, relevansi, dan narasi dalam sebuah berita.

Setelah topik terpilih, barulah mulai untuk menciptakan *angle* atau sudut pandang konten. Untuk memicu ketertarikan pembaca terhadap berita yang disajikan, penggunaan *lead* atau tulisan pembuka atau teras berita merupakan bagian yang penting untuk memudahkan pemahaman pembaca terhadap makna dari topik berita yang sedang disajikan (Effendi, Sartika, Purba, Ritonga, 2023). Jurnalis Solopos.com menggunakan *lead* bercerita sebagai senjata rahasia karena dalam konteks *feature news*, penulis ingin menciptakan suasana dan mengimajinasi pembaca menjadi bagian dari cerita.

Langkah berikutnya adalah *hunting*. *News hunting* atau *news gathering* merupakan proses mengumpulkan bahan berita atau yang dikenal pula dengan meliput berita adalah satu rangkaian dalam proses penyusunan naskah berita, yang merupakan salah satu komponen dari proses penyusunan berita, seperti perencanaan, penulisan, dan penyuntingan (Romli, 2003). Memanfaatkan media sosial sebagai sumber informasi dalam dunia jurnalisme dapat membantu mengidentifikasi perkembangan terbaru, pandangan masyarakat, dan tren yang sedang berlangsung. Namun karena bervariatifnya informasi yang tersebar di media sosial, penting untuk melakukan *check and recheck* terhadap kualitas dan akurasi informasi (Tandoc, Lim, Ling, 2017). Jurnalis mulai menghimpun data dan sumber informasi yang relevan dengan melakukan riset mendalam mulai dari *platform* media sosial Instagram hingga YouTube, di mana jurnalis mencari inspirasi dan *tren* terkini yang berkaitan dengan topik yang akan dibahas dalam berita.

Selain itu, jurnalis Solopos.com juga menjelajahi *website* pemerintah untuk mendapatkan data dan informasi resmi, serta merujuk kepada artikel jurnal yang diterbitkan untuk mendukung fakta dalam berita. *Website* pemerintah dimanfaatkan menjadi salah satu perangkat informasi dalam mengelola pemerintahan dalam membangun relasi sebagai *online public relation* (Wiratmo, Irfan, & Kuwatono, 2017). Melalui peran hubungan masyarakat (humas) dengan meningkatkan sistem tata kelola informasi yang akurat dan responsif sangat penting, juga bertanggung jawab memberikan panduan dan referensi

kepada masyarakat dengan memberikan informasi yang sah dan relevan (Hakim, 2021). Maka dari itu, jurnalis menggunakan *website* pemerintah sebagai sumber resmi yang sah dan dapat dipercaya karena melalui proses verifikasi dan validasi dan penulis dapat memastikan bahwa informasi yang mereka sampaikan kepada pembaca adalah akurat, terkini, dan dapat diandalkan.

Jurnalis Solopos.com juga menggunakan studi kepustakaan yang meliputi sumber-sumber akademis seperti *website digilib.uns.ac.id* dan *academia.edu* dalam pengumpulan informasi yang kuat. Menggunakan studi kepustakaan dengan tujuan (Purwono dalam Widiarsa, 2019):

1. Mendapatkan informasi yang lebih terperinci mengenai topik yang sedang dikaji.
2. Memanfaatkan informasi yang relevan antara konsep teoritis dengan kajian yang sedang dilakukan.
3. Menghimpun data yang berhubungan dengan topik yang sedang dikaji.

Pemanfaatan studi kepustakaan dengan mengacu pada sumber-sumber akademis menjadi kunci dalam memastikan keakuratan informasi yang disampaikan dalam sebuah berita. Karena pada dasarnya, jurnal, artikel, dan materi tulisan lain yang telah diterbitkan telah menjalani proses *peer review* yang ketat, yang berlandaskan pada metodologi penelitian yang valid dan telah diuji. Dengan mengandalkan sumber-sumber akademis, berita dapat memperoleh tingkat kepercayaan yang lebih tinggi karena informasinya didasarkan pada bukti yang kuat dan teruji.

Langkah selanjutnya dalam proses penulisan adalah *writing*, di mana penulis memulai menyusun 5W+1H (*who, what, when, where, why, dan how*) untuk memastikan semua aspek informasi tercakup secara komprehensif. Selain itu, penulis juga merancang kalimat yang menghubungkan paragraf-paragraf menciptakan alur cerita yang berkaitan. Untuk menciptakan berita yang berkualitas, berita harus ditulis dan diperkaya dengan informasi yang faktual, bersifat objektif sesuai dengan realitas, seimbang tanpa memihak, lengkap dengan menguraikan elemen dasar 5W+1H, serta mengedepankan keakuratan (Widodo, 1997).

Dengan menggunakan data dan informasi yang telah dihimpun, jurnalis menggambarkan cerita dengan rinci, mengeksplorasi berbagai sudut pandang, dan menciptakan suasana yang mendalam. Sebagai contoh, jurnalis dapat membangkitkan

emosi pembaca dengan mengaitkan cerita dengan pengalaman pribadi pembaca melalui emosi yang dihasilkan dari faktor emosi atau rangsangan atau faktor pengalaman emosional (Zillmann dalam Bunce, Larsen, Cruz, 1993) seperti mengingatkan tempat tertentu yang dengan mudah pembaca kenali dari adegan dalam sebuah drama korea yang pernah pembaca nikmati, sehingga membantu pembaca merasa lebih terlibat dalam cerita yang disampaikan. Untuk lebih mendalam dan memikat pembaca, penulis sering kali memanfaatkan alat-alat retorika seperti kata pengandaian, metafora, dan majas untuk mempengaruhi persuasi dan pengaruh dalam komunikasi (Aristotle's Rhetoric, 2002). Penulis memanfaatkannya untuk mengundang pembaca lebih terlibat secara emosional, mudah memahami inti tulisan, dan membantu pembaca untuk menciptakan gambaran yang hidup.

Langkah terakhir dalam penulisan adalah *editing*. Dalam tahap ini jurnalis memeriksa ulang setiap detail, mulai dari penulisan tanda baca, pemilihan kata atau diksi, hingga aturan ejaan dan tata bahasa (EYD). Seringkali, tahap ini memerlukan waktu dan kesabaran, namun pada tahap inilah yang menjadi penopang suatu berita. Menurut Romli dalam bukunya berjudul *Jurnalistik Terapan*, ia membagi tahap *editing* menjadi dua bagian, yakni teknis dan non teknis, meliputi:

Tabel 1.1 Tahap Editing Artikel Berita

Teknis	Non Teknis
Mencari kesalahan faktual, seperti kesalahan nama, gelar, hingga alamat	Memastikan bahwa berita telah memenuhi nilai-nilai jurnalistik serta kriteria yang mencakup aktual, faktual, signifikan, dan menarik
Memperbaiki kesalahan dalam penggunaan tanda baca	Meninjau ulang apakah berita telah memuat kejujuran dan asas keberimbangan
Mempertegas penggunaan huruf besar dan singkatan, tanda baca, hingga tata bahasa	Memeriksa apakah fokus berita cenderung pada sudut pandang pribadi, interpretasi, atau penilaian wartawan daripada fakta-fakta

Teknis	Non Teknis
	yang terungkap dalam berita
Menyingkat paragraf yang tidak penting	Menjaga agar tidak ada konten yang merendahkan, makna ganda, atau membuat pembaca bosan
Merubah kata atau frasa yang tidak sesuai dengan aspek efisiensi linguistik	Penting untuk memastikan konsistensi dalam suatu artikel berita dan menghindari kontradiksi

Sumber: Sugani (2008)

Berita dalam konten digital yang telah diterbitkan memiliki sejumlah indikator penting untuk mengukur kualitas beritanya untuk bisa bersaing di 'most popular'. Istilah "most popular" atau yang sering disingkat sebagai "most pop" di situs web Solopos.com adalah istilah yang digunakan untuk menunjukkan berita yang paling banyak dibaca dan diperhatikan oleh pembaca. Untuk mengukurnya, terdapat empat indikator penting, yakni *object*, *ideal*, *class*, and *criteria* (Bachmann, Eisenegger, & Ingenhoff, 2021). Antara *object* dan *class* memiliki pola keterikatan tentang apa (suatu objek) dan kesamaan hal lain (*class*) yang sedang diberitakan. *Ideal* merujuk pada peran berita yang tak hanya menginformasi tetapi juga memberdayakan masyarakat untuk bergerak maju ke arah yang lebih baik. Di sisi lain, Hjarvard dan Kammer dalam Bachmann, Eisenegger, & Ingenhoff (2021) mengungkapkan kata *ideal* merujuk pada kandungan nilai publik yang membawa informasi relevan dan penting kepada masyarakat. Sementara *criteria* menurut Maurer dalam Bachmann, Eisenegger, & Ingenhoff (2021) mengacu pada ciri teks berita, seperti faktual, objektif, netral, hingga relevansi berita.

Dalam dunia konten digital, penulisan harus efektif, ringkas, serta memikat pembaca dengan menggunakan pendekatan yang berbasis pada fakta. Tidak hanya itu, penting juga untuk menyisipkan foto-foto yang mendukung dalam *body* berita untuk memberikan visualisasi yang kuat dan memperkaya pengalaman pembaca. Dalam mencari ide, penting untuk melakukan eksplorasi berbagai tema yang beragam, mulai dari destinasi wisata, kuliner, pariwisata, budaya, tradisi, hingga sejarah. Untuk mendapatkan ide berita bisa melalui dua hal, yakni memantau secara masif dengan mengamati apa yang sedang hangat dibicarakan oleh pengguna media sosial, hingga menganalisis tren *hashtag* dan topik yang sedang viral, serta mengangkat tempat-tempat yang menjadi *hidden gems*.

Model penulisan konten digital tipe *evergreen* lebih banyak digunakan dengan menitikberatkan pada topik wisata dan kuliner karena kedua topik ini akan tetap relevan dan dapat diakses khalayak dalam jangka waktu yang lebih lama. Di samping itu, industri wisata dan kuliner terus berkembang, menjadikannya topik berita yang selalu relevan, menarik untuk dibahas, dan dicari oleh khalayak ramai, sembari memperkenalkan pesona Indonesia melalui keanekaragaman kuliner dan destinasi wisata yang ada. Kedua topik ini memiliki daya tarik universal terbukti dari jumlah postingan Instagram pada *hashtag* #jateng dengan postingan mencapai 2 juta, memunculkan fenomena menarik di mana 5 dari 11 postingan yang paling populer diduduki oleh konten seputar wisata di Jawa Tengah. Sementara *hashtag* #wisatajateng menembus angka 398 ribu postingan dan #kulinerjateng menembus angka 58,9 ribu postingan per hari Senin (18/9/2023).

Tiga berita yang ditulis oleh penulis telah mencapai tingkat popularitas yang tinggi, dengan salah satu berita berjudul "Ini Dia Daftar 4 Gunung Tertinggi di Jateng, Nomor 3 dan 4 Berada di Soloraya" yang diterbitkan pada Minggu (16/7/2023) pukul 09:29 WIB berhasil menempati peringkat pertama di dalam kategori "*most pop*" dengan jumlah tampilan halaman yang mencapai puluhan ribu. Selain itu, dua berita lainnya juga berhasil masuk ke dalam 10 besar kategori "*most pop*," dengan judul "Daftar 4 Stasiun Tertua di Jawa Tengah, Nomor Wahid Dibangun Tahun 1864" yang diterbitkan pada Rabu (19/7/2023) pukul 14:59 WIB dan "2 Waduk Terbesar di Jawa Tengah, Nomor 1 Luasnya Capai 9.100 Hektare" yang diterbitkan pada Senin (24/7/2023) pukul 18:35 WIB.

Ketiga berita yang telah menjadi favorit pembaca dengan masuk dalam kategori "*most pop*" karena telah memenuhi 4 indikator, yakni *object* dan *class* yaitu ketiga berita ini tidak hanya mengangkat satu objek berita, melainkan memiliki kesamaan dalam objek yang dibahas dalam satu berita. Hal ini memberikan keragaman informasi yang menarik bagi pembaca. Selain itu, berita-berita ini juga memenuhi indikator ideal karena mereka membawa informasi yang sangat relevan dan dapat meningkatkan wawasan pembaca. Dengan menyajikan berita-berita yang memiliki indikator kriteria faktual, objektif, netral, dan tetap relevan, ketiga berita ini telah memenuhi kriteria jurnalisme yang baik. Kehadiran mereka dalam kategori "*most pop*" adalah bukti bahwa berita yang informatif dan berkualitas tetap menjadi pilihan utama pembaca.

CONCLUSION

Media sosial telah menjadi landasan penting dalam menciptakan ide konten digital. Fenomena ini tak hanya mencerminkan evolusi berkelanjutan dalam dunia digital, namun juga mencatat perubahan mendalam mengenai bagaimana masyarakat berinteraksi, berbagi, dan mencari inspirasi. Dengan miliaran pengguna aktif di berbagai *platform*, media sosial telah mengubah lanskap kreativitas digital yang memungkinkan setiap individu untuk mengakses ide-ide segar. Sumber ide yang beragam dan kualitas konten berita tetap menjadi faktor penentu kesuksesan dalam dunia digital. Oleh karena itu, kesadaran akan tren terbaru dan kemampuan untuk menghadirkan ide yang orisinal menjadi kunci untuk tetap relevan dalam era media sosial yang terus berkembang.

Di dunia digital yang terus bergerak, media sosial telah menjadi kincir angin yang mendorong munculnya tren baru dalam dunia berita. Beranjak dari video yang viral, *hashtag*, ataupun peristiwa yang menarik perhatian jutaan pengguna *platform* media sosial, jurnalisisme bergerak dengan cepat menangkap fenomena yang sedang terjadi. Saat suatu fenomena menjadi topik konten berita akan memicu atensi dari pembaca. Ketika konten berita menangkap arus tren tersebut dengan cepat dan berhasil mengemasnya secara menarik dengan berbagai model penulisan jurnalistik, berita tersebut akan meluncur dan menduduki *most popular* pada laman Solopos.com.

REFERENCES

- Aristotle's Rhetoric*. (2002). Diakses 25 September 2023 dari <https://plato.stanford.edu/entries/aristotle-rhetoric/>.
- Bunce, S. C., Larsen, R. J., & Cruz M. (1993). Individual Differences in The Excitation Transfer Effect. *Personality and Individual Differences*, 15 (5), 507-514.
- Bachmann, P., Eisenegger, M., & Inghoff, D. (2021). Defining and Measuring News Media Quality: Comparing the Content Perspective and the Audience Perspective. *The International Journal of Press/Politics*, 27 (1), 9-37.
- Chun, W. H. K., & Keenan, T. W. (2006). *New Media and Old Media (A History and Theory Reader)*. New York: Routledge, Taylor & Francis Group.
- Effendi, E., Sartika, I., Purba. N. L. T. Br., & Ritonga, S. (2023). Menulis Judul dan Lead Berita dan Feature. *Jurnal Pendidikan Tambusai*, 7 (1), 2033-2036.
- Entman, R. M. (1993). Framing: Towards Clarification of a Fractured Paradigm. *Journal of Communication*, 43 (4), 51-58.
- Ginting, L. S. D. Br. (2020). *Jurnalistik "Kemahiran Berbahasa Produktif"*. Medan: Guepedia.

- Ihsan, Danang Nur. (2023). 2 Tahun Beruntun, Solopos Raih Media Brand Awards dari SPS. Artikel Berita. Solopos News Edisi 12 Agustus 2023. Dapat diakses pada <https://news.solopos.com/2-tahun-beruntun-solopos-raih-media-brand-awards-dari-sps-1711378>
- Karman. (2012). Media Dan Konstruksi Realitas (Analisis Framing Terhadap Pemberitaan Koran Tempomengenai Kasus Ledakan Bom di Masjid Mapolres Cirebon). *Jurnal Studi Komunikasi dan Media*, 16 (1), 27-46.
- MacDougall, C. D. (1972). *Interpretative Reporting*. New York: Macmillan Publishing Co. Inc.
- McQuail, Denis. (1987). *Teori Komunikasi Massa: Suatu Pengantar, diterjemahkan oleh Agus Dharma dan Amiinuddin Ram*. Jakarta: Penerbit Erlangga.
- Pasaribu, R. A. P (2021). Analisis Framing Pemberitaan Pada Media Online dan Stereotype Terhadap Beauty Pageant (Analisis Framing Zhongdang Pan dan Gerald M. Kosicki). (Skripsi, Universitas Islam Negeri Sumatera Utara, 2021) Diakses dari <http://repository.uinsu.ac.id/13234/>.
- Qurata'ayun, S. (2023). Transformasi Media Cetak Menuju Media Digital Studi Kasus Pada PT Aksara Solopos. (Skripsi, Universitas Sebelas Maret, 2023). Diakses dari <https://digilib.uns.ac.id/dokumen/detail/105442/Transformasi-Media-Cetak-Menuju-Media-Digital-Studi-Kasus-Pada-PT-Aksara-Solopos>.
- Rahayu, Tri. (2023). Selamat! Solopos.com Raih AMSI Award 2023 untuk 2 Kategori Terbaik. Artikel berita. Solopos News Edisi 23 Agustus 2023. Dapat diakses pada <https://news.solopos.com/selamat-solopos-com-raih-amsi-award-2023-untuk-2-kategori-terbaik-1720964>
- Rahmadhany, Anissa, Safitri, Anggi Aldila, dan Irwansyah. (2021). Fenomena Penyebaran Hoax dan Hate Speech pada Media Sosial. *Jurnal Teknologi dan Informasi Bisnis*, Vol 3 No. 1, Januari 2021, hlm. 30-43
- Rini, Annisa Sulisty. (2023). OJK Beri Penghargaan Solopos.com sebagai media Online Daerah Terproduktif. Artikel Berita. Solopos Bisnis Edisi 27 November 2023. Dapat diakses pada <https://bisnis.solopos.com/ojk-beri-penghargaan-solopos-com-sebagai-media-online-daerah-terproduktif-1806138>
- Romli, A. S. M. (2003). *Jurnalistik Praktis*. Bandung: PT Remaja Rosdakarya.
- Santana, K. S. (2005). *Jurnalisme Kontemporer*. Jakarta: Yayasan Obor Indonesia.
- Sugani. (2008). Teknik Penyuntingan Berita Pada Harian Umum Riau Mandiri. (Karya Ilmiah, Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau, 2008). Diakses dari http://repository.uin-suska.ac.id/11732/1/2010_201003P%26G.pdf.
- Supadiyanto. (2020). *Pengantar Jurnalisme Konvergatif*. Yogyakarta: Pustaka Baru Press.
- Tandoc, E.C., Lim, Z. W., & Ling, R. (2017). Defining "Fake News": A typology of scholarly definitions. *Digital Journalism*, 6(3): 1-17. Diakses dari https://www.researchgate.net/publication/319383049_Defining_Fake_News_A_typology_of_scholarly_definitions.

- The lost meaning of 'objectivity'.* (2023). Diakses 21 September 2023 dari <https://americanpressinstitute.org/journalism-essentials/bias-objectivity/lost-meaning-objectivity/>.
- Widiarsa. (2019). Kajian Pustaka (Literature Review) sebagai Layanan Intim Pustakawan Berdasarkan Kepakaran dan Minat Pemustaka. *Jurnal Media Informasi*, Vol. 28, No. 1, Juni 2019.
- Widodo. (1997). *Teknik Menulis Berita di Surat Kabar dan Majalah*. Surabaya: Indah Surabaya).
- Wiratmo, L. B., Irfan, N., & Kuwatono. (2017). Website Pemerintah Daerah sebagai Sarana OnlinePublic Relations. *Jurnal ASPIKOM*, 3(2), 326–339.
- Hakim, L. (2021). Praktik Jurnalisme Online Pada Instansi Pemerintah (Studi Pada Jatim Newsroom Dinas Kominfo Jatim). *Jurnal Penelitian Komunikasi dan Opini Publik*, 25 (2), 116-131.