

Fenomena Massa Dalam Mencari Informasi Viral Pada Media Sosial Instagram

Ratu Aulia Rahmani Bernatta¹, Tina Kartika²

Universitas Lampung

Email : ¹bernattaratuaulia@gmail.com, ²tina.kartika@fisip.unila.ac.id

Keyword :

Hypodermic Needle Theory, mass, Phenomenon, phenomenology, social media, viral.

Abstract. The phenomenon of the mass in searching for viral information on social media (Instagram) is a reflection that the internet, especially social media today has become the opiate of the masses in their lives. The advantages offered and presented by social media in providing information with a faster and more accurate time become a reference for the masses in choosing media to seek and obtain information and communication in their lives. This study uses descriptive qualitative research methods, this is because the data that the researcher wants to present is in the form of stories from the speakers about experiences, opinions, knowledge. The theory used is Hypodermic Needle Theory which means that what is presented in the mass media (newspapers, television and online) directly or strongly gives a stimulus to the audience. In addition, this study also uses the Phenomenology approach, which in this study will examine the mass phenomenon in finding viral information on social media.

Kata kunci :

Fenomena, fenomenologi, Hypodermic Needle Theory, massa, media sosial, viral.

Abstrak. Fenomena massa dalam mencari informasi viral pada media sosial (instagram) menjadi cerminan bahwa internet khususnya media sosial dewasa ini telah menjadi candu bagi massa dalam kehidupannya. Keunggulan yang ditawarkan dan disajikan oleh media sosial dalam memberikan informasi dengan waktu yang lebih cepat dan akurat menjadi acuan bagi massa dalam memilih media untuk mencari dan mendapatkan informasi dan komunikasi dalam kehidupan mereka. Penelitian ini menggunakan metode penelitian deskriptif kualitatif, hal ini dikarenakan data yang ingin disajikan oleh peneliti berupa cerita dari para narasumber tentang pengalaman, opini, pengetahuan. Teori yang digunakan adalah Hypodermic Needle Theory yang memiliki arti bahwa apa yang disajikan media massa (koran, televisi dan online) secara langsung atau kuat memberi rangsangan pada diri audience. Selain itu penelitian ini juga menggunakan pendekatan Fenomenologi, dimana dalam penelitian ini akan mengkaji tentang fenomena massa dalam mencari informasi viral pada media sosial.

I. PENDAHULUAN

Kebutuhan informasi dan hiburan

menjadi salah satu alasan seseorang memanfaatkan sosial media untuk

mendapatkan salah satu dan atau keduanya. Kemajuan teknologi dan kepadatan aktivitas seseorang menjadi alasan pemanfaatan telepon pintar (smartphone) sebagai media mobile untuk mendapatkan informasi dan hiburan. Internet dapat dikatakan menjadi sebuah kebutuhan pokok di era serba teknologi seperti sekarang. Sebagian besar waktu yang digunakan dalam keseharian tidak terlepas dari internet. Survei Asosiasi Penyelenggara Jasa Internet (APJII) menyebut penetrasi pengguna internet di Indonesia mencapai 64,8% di tahun 2018. Asosiasi tersebut optimistis, penetrasi pengguna internet tersebut akan terus meningkat ke depan seiring dengan berkembangnya pembangunan infrastruktur jaringan di berbagai daerah di Indonesia.

Sekretaris Jenderal APJII Henri Kasyfi mengatakan, hasil survei asosiasinya menunjukkan bahwa penetrasi pengguna internet di Indonesia tahun 2018 naik 10,12% dari tahun sebelumnya. Kenaikan ini mencapai 27 juta pengguna. Artinya, ada 171,17 juta jiwa pengguna internet dari total 246,16 juta jiwa penduduk Indonesia berdasarkan data BPS (Badan Pusat Statistik) tahun 2018. Perangkat yang dipakai untuk mengakses internet banyak yang menggunakan smartphone/tablet pribadi, komputer/laptop pribadi, atau keduanya. Dengan kemudahan dalam mengakses internet tersebut membuat manusia rela menghabiskan waktunya untuk memetik manfaat dari internet.

Internet memiliki beberapa fungsi, salah satunya adalah mempersingkat jarak dan waktu yang memisahkan antar manusia untuk berkomunikasi. Kemudahan tersebut didukung oleh smartphone yang semakin canggih. Tidak hanya untuk berkiriman pesan melalui akses internet, smartphone juga dapat diisi dengan berbagai aplikasi bahkan aplikasi

yang dapat digunakan untuk mengakses informasi yang dikehendaki dengan cepat termasuk aplikasi berbasis media sosial. Kemudian aplikasi berbasis media sosial menjadi cukup digemari oleh para pengguna internet. Kegemaran masyarakat terhadap penggunaan media sosial dapat dilihat dari aplikasi berbasis media sosial yang dimilikinya. Berdasarkan hasil survey APJII, pemanfaatan internet di bidang gaya hidup didominasi oleh sosial media dengan persentase sebesar 87,13 % (APJII, 2017). Dengan demikian, kurang dari 20 % dari pengguna internet yang tidak mengutamakan penggunaan internet pada bidang sosial media.

Penggunaan media sosial memiliki dampak positif dan negatif. Penggunaan media sosial berdampak positif karena dapat digunakan sebagai tempat promosi yang efektif dan efisien, dapat dengan mudah menambah jaringan pertemanan karena memudahkan komunikasi, sebagai tempat mencari informasi dengan cepat dan sesuai yang dikehendaki, dan menjadi tempat pembuktian eksistensi diri, dan lain sebagainya. Sedangkan dampak negatif yang dapat ditimbulkan dari penggunaan media sosial, yaitu: kegiatan belajar dapat terganggu, banyak bahaya kejahatan yang mengintai termasuk penipuan, komunikasi dengan orang yang berjauhan semakin mudah dilakukan sehingga cenderung mengurangi intensitas komunikasi dengan orang yang dekat termasuk keluarga, serta dapat menyebabkan pengguna keseringan mengkonsumsi hatespeech karena sebagian pengguna sosial yang lain berujar tidak sopan. Penggunaan media sosial berpotensi meningkatkan cyberhate karena penelitiannya membuktikan bahwa lebih dari setengah jumlah responden yang menerima atau tidak sengaja membaca pesan kebencian (hate material) menjadi korban atau dengan kata lain ikut membenci hal yang dimaksudkan (Anwar,

2017; Oksanen, Hawdon, Holkeri, Näsi, & Räsänen, 2014).

Salah satu dampak positif dari internet dan media sosial ialah mencari informasi viral. Viral ialah aktivitas di dunia maya yang menggambarkan penyebaran sebuah informasi melalui media online yang tersebar dengan cepat sehingga membuatnya menjadi populer dan menjadi perbincangan khalayak umum (Christiany, 2018). Melalui media sosial masyarakat dapat dengan mudah mencari dan mendapatkan informasi yang diinginkan, terutama informasi-informasi terbaru atau yang sering disebut dengan informasi viral. Informasi-informasi viral seperti itu dapat dengan mudah didapatkan dan dicari menggunakan media sosial internet. Oleh sebab itu media sosial sangat berpotensi menjadi media yang digandrungi oleh masyarakat, karena aksesnya yang sangat mudah dan praktis. Hal tersebut lambat laun menjadi sebuah fenomena yang tak bisa dielakkan. Massa yang berbondong-bondong mencari dan mendapatkan informasi viral dengan mudah melalui media sosial akhirnya menjadi suatu fenomena dikalangan masyarakat antar generasi, baik anak-anak, remaja begitupun dengan kalangan usia lanjut. Salah satu media sosial yang saat ini banyak digandrungi oleh masyarakat ialah instagram. Instagram adalah sosial media berbasis gambar yang memberikan layanan berbagi foto atau video secara online. Kata "insta" berasal dari kata "instan", seperti kamera polaroid yang pada masanya lebih dikenal dengan sebutan "foto instan" (Bimo, 2019). Instagram juga dapat menampilkan foto-foto secara instan, seperti polaroid di dalam tampilannya. Sedangkan untuk kata "gram" berasal dari kata "telegram" yang cara kerjanya untuk mengirimkan informasi kepada orang lain dengan cepat. Sama halnya dengan Instagram yang dapat mengunggah foto

dengan menggunakan jaringan Internet, sehingga informasi yang ingin disampaikan dapat diterima dengan cepat. Oleh karena itulah Instagram merupakan lakuran dari kata instan dan telegram.

Fenomena massa dalam mencari informasi pada media sosial ini menjadi suatu pembahasan yang akhirnya sangat menarik untuk dibahas dan diteliti lebih lanjut. Mengingat begitu banyak sumber informasi pada media sosial yang saat ini mulai bermunculan. Massa yang saat ini lebih banyak menggunakan media sosial khususnya Instagram untuk mencari dan mendapatkan informasi dibandingkan dengan melalui media-media yang lain, membuat penulis merasa perlu untuk membahas dan meneliti fenomena ini lebih lanjut.

II. METODE

Jenis Penelitian

Penelitian ini menggunakan jenis penelitian studi literatur dengan mencari referensi teori yang relevan dengan kasus atau permasalahan yang ditemukan. Referensi teori yang diperoleh dengan jalan penelitian studi literatur dijadikan sebagai fondasi dasar dan alat utama bagi praktek penelitian ditengah lapangan.

Studi literatur adalah cara yang dipakai untuk menghimpun data-data atau sumber-sumber yang berhubungan dengan topik yang diangkat dalam suatu penelitian. Studi literatur bisa didapat dari berbagai sumber, jurnal, buku dokumentasi, internet dan pustaka. Jenis data yang digunakan penulis dalam penelitian ini adalah data primer dengan melakukan observasi dan data sekunder yaitu data yang diperoleh dari jurnal, buku dokumentasi, dan internet (Annas, 2019). Subjek penelitian adalah sekelompok orang yang menjadikan media sosial Instagram menjadi sumber informasi viralnya.

Peneliti juga melihat dari sisi komunikator yaitu pemilik akun berita di media sosial Instagram. Dimana dapat dilihat dari jumlah viewers dan jumlah komentar dari para audiens dalam menanggapi sebuah informasi viral yang ada di media sosial Instagram.

Data-data yang sudah diperoleh kemudian dianalisis dengan metode analisis deskriptif. Metode analisis deskriptif dilakukan dengan cara mendeskripsikan fakta-fakta yang kemudian disusun dengan analisis, tidak semata-mata menguraikan, melainkan juga memberikan pemahaman dan penjelasan secukupnya.

Hypodermic Needle Theory

Hypodermic Needle Theory memiliki arti bahwa apa yang disajikan media massa (koran, televisi dan online) secara langsung atau kuat memberi rangsangan pada diri audience. Audience, anggota dari masyarakat dianggap mempunyai ciri khusus dan tidak mempunyai sedikit kontrol. Dengan kata lain, tidak ada campur tangan di antara pesan yang disampaikan dengan penerima. Artinya, pesan yang sangat jelas dan sederhana akan jelas dan sederhana pula direspon oleh masyarakat. Jadi, antara penerima dengan pesan yang disebarkan oleh pengirim tidak ada perantara dan tidak ada umpan balik dari penerimanya (Nurudin, 2011).

Pendekatan Fenomenologi

Selain itu penelitian ini juga menggunakan pendekatan Fenomenologi. Fenomenologi yang kita kenal melalui Husserl adalah ilmu tentang fenomena. Dimana dalam penelitian ini akan mengkaji tentang fenomena massa dalam mencari informasi viral pada media sosial. Menurut Schutz, fenomenologi sebagai metode dirumuskan sebagai media untuk memeriksa dan menganalisis kehidupan

batiniah individu yang berupa pengalaman mengenai fenomena atau penampakan sebagaimana adanya, yang lazim disebut arus kesadaran (Campbell, 1994: 233).

III. HASIL DAN PEMBAHASAN

Internet

Internet merupakan singkatan dari interconnected network karena fungsinya yang menghubungkan jaringan dari jaringan-jaringan komputer yang ada di dunia (Yuhelizar, 1: 2008). Dari satu fungsi itu, internet semakin berkembang dan memiliki banyak manfaat bagi perkembangan dunia. Secara definitif, internet adalah sebuah sistem jaringan yang menghubungkan berbagai komputer dari berbagai belahan dunia untuk saling terhubung dan bertukar data serta bertukar informasi. Dalam prakteknya, sebuah komputer untuk saling terhubung dengan komputer lainnya membutuhkan bantuan dari sebuah program kecil bernama browser. Di dunia ini, perkembangan aplikasi browser telah berkembang secara cepat mengikuti perkembangan teknologi pada internet, khususnya koneksi internet dengan segala kelebihan dan kekurangannya (Enterprise, 2: 2010). Saat ini browser yang paling banyak digunakan adalah Mozilla Firefox karena keunggulan koneksinya yang cepat. Namun masih banyak pilihan browser lainnya yang juga bisa digunakan untuk bisa terhubung dengan internet.

Dalam perkembangannya, internet menjadi sebuah jaringan (network) komputer terbesar di dunia. Jaringan merupakan istilah yang berarti sekelompok komputer yang dihubungkan bersama sehingga dapat berbagi-pakai informasi dan sumber daya. Sesuai dengan namanya, internet bukan jaringan tunggal tetapi lebih merupakan jaringan dari jaringan. Internet mengandung sejumlah standar untuk melewatkan informasi dari satu jaringan ke

jaringan lainnya, sehingga jaringan-jaringan di seluruh dunia dapat berkomunikasi (Shirky, 2: 1995). Dalam prakteknya, internet memunculkan istilah baru, yakni dunia maya. Sedangkan dunia di mana kita hidup disebut dunia nyata. Internet berada di antara keduanya.

Karena salah satu fungsi internet adalah sebagai penghubung antara dunia nyata dengan dunia maya. Dunia maya adalah tempat para pengguna internet berkomunikasi. Sehingga internet menjadi sebuah jaringan komunikasi global. Berjuta orang di seluruh dunia menggunakan internet untuk berbagai hal, mulai keperluan pribadi, organisasi, sampai keperluan perusahaan. Masyarakat Indonesia di berbagai daerah juga sudah banyak yang menggunakan internet. Tidak hanya di perusahaan, penggunaan internet juga masuk ke sekolah-sekolah sebagai sarana penting dalam kegiatan pembelajaran. Akses internet bahkan sudah mudah digunakan di rumahrumah (Rahmania, 4).

Karena begitu banyak manfaat yang dapat diperoleh dengan menggunakan internet, maka keberadaan internet telah menjangkau seluruh dunia. Sebagai sumber daya informasi yang sangat luas dan sangat besar, internet tidak dapat dtangani sendiri oleh satu orang, satu organisasi, atau satu negara pun. Kenyataannya, tidak ada satu orang yang mampu memahami seluruh seluk beluk internet (Sidharta, 8: 1996). Dari berbagai informasi mengenai internet di atas, maka dapat disimpulkan bahwa internet adalah jaringan komunikasi dan sumber daya informasi yang bersifat global yang memungkinkan para penggunanya saling terhubung satu sama lain.

Media sosial

Kehadiran media dengan segala kelebihanannya telah menjadi bagian hidup

manusia. Perkembangan zaman menghasilkan beragam media, salah satunya media sosial. Media sosial merupakan media di internet yang memungkinkan pengguna untuk mewakili dirinya maupun berinteraksi, bekerja sama, berbagi, berkomunikasi dengan pengguna lain, dan membentuk ikatan sosial secara virtual. Media sosial merupakan media digital tempat realitas sosial terjadi dan ruang-waktu para penggunanya berinteraksi. Nilai-nilai yang ada di masyarakat maupun komunitas juga muncul bisa dalam bentuk yang sama atau berbeda di internet. Pada dasarnya, beberapa ahli yang meneliti internet melihat bahwa media sosial di internet adalah gambaran apa yang terjadi di dunia nyata, seperti plagiarisme (Nasrullah, 2016).

Selain pernyataan diatas, berikut ini adalah definisi dari media sosial yang berasal dari berbagai literatur penelitian (Fuchs, 2014 dalam Nasrullah, 2016):

1. Menurut Mandibergh (2012), media sosial adalah media yang memudahhi kerja sama di antara pengguna yang menghasilkan konten (user generated content).
2. Menurut Shirky (2008), media sosial dan perangkat lunak sosial merupakan alat untuk meningkatkan kemampuan pengguna untuk berbagai (to share), bekerja sama (to co-operate) di antara pengguna dan melakukan tindakan secara kolektif yang semuanya berada diluar kerangka institusional maupun organisai.
3. Boyd (2009), menjelaskan media sosial sebagai kumpulan perangkat lunak yang memungkinkan individu maupun komunitas untuk berkumpul, berbagi, berkomunikasi dan dalam kasus tertentu saling berkolaborasi atau bermain. Media sosial memiliki kekuatan pada user generated content

- (UGC) dimana konten dihasilkan oleh pengguna, bukan oleh editor sebagaimana di institusi media massa.
4. Menurut Van Dijk (2013), media sosial adalah platform media yang memfokuskan pada eksistensi pengguna yang memfasilitasi mereka dalam beraktivitas maupun berkolaborasi. Karena itu, media sosial dapat dilihat sebagai medium (fasilitator) online yang menguatkan hubungan antarpengguna sekaligus sebagai sebuah ikatan sosial.
 5. Meike dan Young (2012), mengartikan media sosial sebagai konvergensi antara komunikasi personal dalam arti saling berbagi di antara individu (to be shared one to one) dan media publik untuk berbagi kepada siapa saja tanpa ada kekhususan individu.

Sedangkan menurut peneliti, media sosial merupakan sebuah media online dimana setiap penggunaanya bisa bebas untuk saling berbagi atau berpartisipasi baik itu informasi maupun hiburan yang mampu mendukung adanya interaksi sosial. Perkembangan teknologi dan informasi yang sangat populer di lingkungan masyarakat saat ini adalah Media Sosial (Medsos). Di zaman sekarang, media sosial sudah menjadi kebutuhan pokok bagi semua orang. Jejaring media sosial yang digunakan oleh masyarakat banyak jenisnya diantaranya facebook, twitter, telegram, instagram, whatsapp dan lain-lain.

Media Sosial sebagai Sumber Informasi Viral

Akibat dari munculnya internet, muncul berbagai platform media baru yang menyajikan segala informasi tanpa batas. Platform yang paling sering diandalkan masyarakat dalam mencari berita adalah media sosial. Media sosial merupakan media online dimana para penggunaanya dapat dengan mudah

berpartisipasi, berbagi dan menciptakan isi meliputi blog, jejaring sosial, wiki, forum, dan dunia virtual. Berbeda dari media- media konvensional, salah satu unsur terpenting dalam media online adalah kecepatan memberitakan suatu informasi. Salah satu cara untuk mendapatkan informasi dengan cepat adalah melalui media sosial. Mengingat bahwa masyarakat sering mencurahkan segala opini ataupun kejadian yang ada disekitarnya membuat jurnalis dengan mudah mendapatkan konten berita. Jurnalis tidak perlu turun lapangan untuk mendapatkan informasi- informasi viral tersebut.

Hal ini tentu saja dimanfaatkan oleh jurnalis, tidak perlu turun lapangan tapi mendapatkan informasi dengan cepat. Menurut riset yang dilakukan oleh Reuters Institute, jumlah jurnalis yang menggunakan media sosial meningkat drastis. Di Indonesia sendiri, sering kali jurnalis hanya bermodal konten yang viral di media sosial untuk dijadikan berita. Entah itu sebuah tulisan pribadi ataupun komentar dari warganet. Berita yang diproduksi media massa daring adalah berita ringan, cenderung remeh, dan sensasional. Produk berita yang renyah tersebut akan menarik untuk dibagikan (viral) melalui media sosial maupun aplikasi tukar pesan. Riset Asosiasi Penyelenggara Jasa Internet Indonesia (APJII) pada 2016 dan 2017 mendapati mayoritas penggunaan internet di Indonesia adalah untuk ngobrol (chatting) melalui media sosial. Maka tidak mengherankan bila isu di media sosial dengan media daring pun makin erat. Media sosial adalah alat pemicu kabar (news breaking tool). Yang jadi masalah, media massa kemudian memproduksi berita dengan hanya berdasarkan topik yang populer di media sosial dan mengabaikan fungsi jurnalisisme dalam menyodorkan

pembicaraan publik yang bermutu. Repotnya, informasi yang beredar melalui media sosial tersebut kemudian ditulis begitu saja sebagai berita oleh awak media yang kemudian dipercaya pembaca sebagai sebuah kebenaran untuk diviralkan.

Konten berita yang hanya mengambil dari postingan viral tentu masih dipertanyakan kebenarannya. Mengingat bahwa tidak semua konten yang ada di media sosial telah melalui proses verifikasi. Apalagi jurnalis cenderung langsung mengutip postingan tersebut tanpa melakukan verifikasi lebih lanjut ataupun wawancara dengan pihak bersangkutan. Tuntutan media sekarang memang mengharuskan jurnalis untuk bekerja cepat dalam mencari berita. Namun, keakuratan dari berita tersebut tetap harus diutamakan. Hal ini berhubungan dengan kredibilitas dan kepercayaan masyarakat pada media tersebut. Jurnalis harus memiliki kehati-hatian yang tinggi dalam mencari berita. Hal ini dikarenakan berita yang ditulis memberikan dampak yang luas kepada para pembaca (Kusumaningrat, 2016).

Selain dari sisi jurnalis, media sosial juga menjadi sumber utama untuk masyarakat mencari informasi yang sedang viral. Para penikmat dan pengguna media sosial khususnya instagram, dapat dengan mudah mencari dan mendapatkan informasi-informasi viral melalui media sosial instagram. Tanpa modal, usaha dan waktu yang lama, para pencari informasi viral dapat dengan mudah mendapatkan informasi viral pada akun-akun berita yang saat ini sudah banyak di media sosial Instagram. Sebelut saja salah satunya akun instagram Lambe Turah untuk informasi-informasi viral nasional, dan akun instagram inforkyai untuk sumber informasi-informasi viral yang khusus

menyorot berita-berita yang ada di daerah Lampung.

Akun-akun berita yang ada di media sosial Instagram seperti contoh diatas telah cukup untuk melihat bagaimana eksistensi mereka dalam menampilkan dan memberikan informasi-informasi segar untuk para mencari informasi viral. Dapat dengan mudah pula kita melihat bagaimana high respon dari para audiens dalam merespon berita-berita yang telah diterbitkan oleh akun-akun media sosial tersebut.

Kredibilitas Media Sosial sebagai Sumber Informasi

Media berita tidak bisa lepas dari aspek kredibilitas yang harus selalu dipertahankan. Kredibilitas media atau sumber sangat penting bagi audiens. Ada dua macam kredibilitas, yaitu kredibilitas terhadap sumber dan kredibilitas terhadap media. Kredibilitas terhadap sumber berkaitan dengan kepercayaan individu yang menulis berita tersebut, sedangkan kredibilitas media berkaitan dengan kesatuan yang lebih luas, seperti stasiun televisi, koran, dan tentunya media online. Jadi kredibilitas dilihat dari individu dan media itu sendiri.

Sedangkan Metzger dan Flanagin, menyatakan kredibilitas media online dapat dilihat dari hasil evaluasi sumber informasi, pesan itu sendiri, atau pada kombinasi antara sumber dengan pesan. Maka yang mereka maksud adalah kredibel atau tidaknya media dapat ditentukan dari sumber dan isi pesan yang disampaikan. Jika sumbernya sesuai dan pesan yang disampaikan benar maka dapat dikatakan informasi tersebut kredibel. Kioussis (2001, dalam Kovacic, dkk, 2010: 117) menyatakan bahwa orang cenderung skeptik terhadap sumber online. Penelitiannya menunjukkan koran adalah media yang paling kredibel

dibandingkan media lain. Studi internasional membenarkan bahwa media tradisional lebih kredibel dibandingkan dengan media online.

Menjamurnya media sosial tak hanya berpengaruh pada gaya hidup masyarakat, tetapi juga pada kerja jurnalistik mulai dari pengumpulan hingga penyebaran berita. Tak jarang, media sosial pun dijadikan sumber berita oleh media massa. Tuntutan media sekarang memang mengharuskan jurnalis untuk bekerja cepat dalam mencari berita. Namun, keakuratan dari berita tersebut tetap harus diutamakan. Hal ini berhubungan dengan kredibilitas dan kepercayaan masyarakat pada media tersebut. Jurnalis harus memiliki kehati-hatian yang tinggi dalam mencari berita. Hal ini dikarenakan berita yang ditulis memberikan dampak yang luas kepada para pembaca (Kusumaningrat, 2016). Dalam buku *Jurnalistik: Teori dan Praktik (2016)*, disebutkan bahwa unsur layak berita antara lain adalah cermat dan tepat atau dalam bahasa jurnalistik harus akurat. Selain itu, berita juga harus lengkap, berimbang dan adil. Kemudian berita tidak boleh mencampurkan fakta dan opini sendiri atau dalam bahasa akademis disebut objektif. Terakhir, yang merupakan syarat praktis tentang penulisan berita harus ringkas, jelas, dan hangat.

Jika kita analisis berita yang bersumber dari media sosial, ada beberapa kekurangan mengenai unsur layak berita tersebut. Unsur pertama adalah keakuratan. Jurnalis cenderung tidak pernah melakukan verifikasi jika hanya mengambil dari media sosial. Tentu saja, akurasi dari berita tersebut selalu dipertanyakan. Kemudian mengenai kepentingan berita tersebut. Beberapa kasus berita yang bersumber dari media sosial, jurnalis terkesan hanya memberitakan ulang hal apa yang ada di media sosial. Tidak ada unsur penting

dalam berita viral ini dan jurnalis menjadi terkesan malas untuk mencari berita. Selain itu, kurang lengkapnya data juga merupakan kekurangan dari media online saat ini, terutama yang bersumber pada media sosial. Akibat dari tidak adanya wawancara, maka isi berita hanya tergantung dari apa yang di media sosial tersebut. Padahal belum tentu apa yang ada di media sosial tersebut merupakan cerita yang utuh.

Sebuah berita harus memiliki unsur adil dan berimbang, seperti yang dijelaskan sebelumnya, jurnalis harus bisa menyajikan fakta dari pihak- pihak yang bersangkutan. Dengan hanya mencatumkan salah satu pihak saja, jurnalis bisa saja merugikan pihak lainnya. Hal ini disebabkan karena masyarakat hanya mengetahui cerita dari satu sisi saja. Jika jurnalis berhasil memaparkan sebuah berita dari sisi-sisi yang berbeda maka masyarakat tidak akan terjerumus dan dapat mengetahui kisah secara keseluruhan. Meskipun begitu, Sosial media tidak harus harus dimusuhi. Namun, sikap dasar sebagai jurnalis dalam menghadapi sosial media tetaplah harus skeptis. Sehingga informasi di sosial media hanya menjadi bahan yang kemudian tetap dibutuhkan verifikasi ulang kepada pihak terkait.

Instagram

Instagram adalah sebuah aplikasi sosial yang populer dalam kalangan pengguna telepon pintar (*Smartphone*). Nama Instagram diambil dari kata "insta" yang asalnya "instan" dan "gram" dari kata "telegram" (Ghazali, 8: 2016). Jadi Instagram merupakan gabungan dari kata Instan-Telegram. Dari penggunaan kata tersebut dapat diartikan sebagai aplikasi untuk mengirimkan informasi dengan cepat, yakni dalam bentuk foto yang berupa mengelola foto, mengedit foto, dan berbagi (*share*) ke jejaring sosial yang lain.

Perkembangan Instagram sangatlah pesat dan dibuktikan dengan kepopuleran Instagram yang sudah mencapai sebanyak 150 juta pengguna. Ini merupakan pencapaian rekor yang fantastis (Alifia: 2013). *Trend* Instagram merupakan sebuah cara marketing yang memakai produk sebagai sarana komunikasinya. Kelebihan Instagram adalah memakai partisipasi publik sebagai corong iklan. Sekitar 3 juta pengguna Instagram memamerkan karya-karya fotonya melalui Twitter, Facebook ataupun Instagram. Artinya, partisipasi pengguna Instagram yang fanatik dengan gembira dan sukarela menjadi sarana komunikasi bagi produk, tanpa terasa sebagai iklan (Hemdroyono, 283: 2012). Namun dengan semakin meningkatnya pengguna Instagram, serta Instagram yang dapat digunakan secara mobile di perangkat bergerak seperti telepon genggam atau komputer tablet. Kelebihan ini menjadikan siapapun akan mudah mengakses Instagram dimanapun dan kapanpun.

Viral

Viral ialah aktivitas di dunia maya yang menggambarkan penyebaran sebuah informasi melalui media online yang tersebar dengan cepat sehingga membuatnya menjadi populer dan menjadi perbincangan khalayak umum. Melalui media sosial masyarakat dapat dengan mudah mencari dan mendapatkan informasi yang diinginkan, terutama informasi-informasi terbaru atau yang sering disebut dengan informasi *viral*. Informasi-informasi *viral* seperti itu dapat dengan mudah didapatkan dan dicari menggunakan media sosial internet.

Oleh sebab itu, media sosial sangat berpotensi menjadi media yang digandrungi oleh masyarakat, karena aksesnya yang sangat mudah dan praktis. Hal tersebut lambat laun menjadi sebuah fenomena yang tak bisa dielakkan. Massa

yang berbondong-bondong mencari dan mendapatkan informasi *viral* dengan mudah melalui media sosial akhirnya menjadi suatu fenomena dikalangan masyarakat antar generasi, baik anak-anak, remaja begitupun dengan kalangan usia lanjut.

Salah satu contoh dari berita *viral* saat ini ialah terkait dengan kasus virus Covid-19. Tidak hanya warga Indonesia saja, bahkan warga dunia pun sedang dalam kondisi pandemi Covid-19 ini. Hal inilah yang mengakibatkan berita ini menjadi salah satu informasi yang sedang ramai diperbincangkan dan dicari oleh semua orang. Terlebih lagi kondisi warga dunia saat ini yang sedang dituntut untuk menjalankan *social/physical distancing*, dimana semua orang diharapkan mampu menjaga jarak aman mereka dan juga tidak menimbulkan atau menciptakan perkumpulan dan kejramaian.

Kondisi ini semakin memberikan ruang untuk media sosial instagram sebagai yang saat ini menjadi media salah satu media sosial yang paling diminati oleh warga dunia (Lucy, 2018). Cara pengoperasiannya yang terbilang cukup mudah dan efisien menjadikan media sosial instagram memiliki pengguna yang tidak sedikit. Masyarakat dapat dengan mudah mengakses media sosial instagram cukup melalui telepon pintarnya, dan dengan cara yang mudah pula masyarakat dapat mencari dan mendapatkan informasi *viral* yang mereka butuhkan. Karena untuk saat ini bukan hanya satu atau dua akun saja yang telah menjadi akun berita pada media sosial instagram yang menyajikan informasi-informasi *viral*.

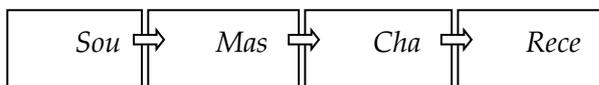
Sama halnya dengan media konvensional lainnya, merkapun tampak berlomba-lomba dalam menyajikan informasi *viral*, dari segi waktu dan kelengkapan informasi yang mereka paparkan. Kepuasan respon *audiens*

menjadi sumber utama mereka melakukan hal tersebut. Hal itu dapat mereka lihat dari banyaknya *viewers*, *likes* serta komentar yang diberikan oleh masyarakat.

Hypodermic Needle Theory

Teori jarum hipodermik (*hypodermic needle theory*) atau teori peluru (*bullet theory*) dapat diasumsikan sebagai senapan (dalam hal ini diibaratkan pesan) langsung mengenai sasaran tanpa perantara. Hal ini artinya, pesan yang dikirimkan akan langsung mengenai sasarannya yakni penerima pesan, seperti peluru yang langsung mengenai sasaran. Teori ini di samping mempunyai pengaruh yang sangat kuat juga mengasumsikan bahwa para pengelola media (koran, televisi dan online) dianggap sebagai orang yang lebih pintar dibanding *audience*. Akibatnya, *audience* bisa dikelabui sedemikian rupa dari apa yang disiarkannya. Teori ini mengasumsikan media massa mempunyai pemikiran *audience* bisa ditundukkan sedemikian rupa atau bahkan bisa dibentuk dengan cara apapun yang dikehendaki media. Intinya, sebagaimana dikatakan oleh Jason dan Anne Hill (1997), media massa dalam teori Jarum Hipodermik mempunyai efek langsung “disuntikkan” ke dalam ketidaksadaran *audience* (Nurudin. 2011).

Model SMCR



Berdasarkan bagan di atas, dapat disimpulkan bahwa model SMCR ini sering dikaitkan dengan teori jarum hipodermik. Terlihat pada bagan tersebut bahwa *source* (media massa televisi, koran dan online) mendistribusi (*message*) atau informasi-informasi melalui (*channel*) akun media sosial instagram kepada (*receiver*). Model ini cenderung bersifat *linear* atau satu arah, karena media massa (media massa televisi, koran dan online) dianggap memiliki

pengaruh yang kuat dan penerima (masyarakat) akan mempersepsikan sesuai dengan pesan yang disebarakan oleh media massa.

Fenomenologi

Fenomenologi menurut Edmund Hursserl menggunakan 4 tahap dalam menjawab penelitian Fenomenologi ini, antara lain:

1. *Epoche*

Peneliti memiliki akun Instagram, yang dimana peneliti dapat secara langsung mengalami dan juga terkadang aktif mencari informasi *viral* di media sosial. Peneliti juga mengikuti/*follow* akun- akun berita yang berada di media sosial khususnya Instagram, sehingga peneliti dapat merasakan langsung dampak negatif dan positif dari hal tersebut.

2. Reduksi

Peneliti menjelaskan bagaimana setiap berita- berita dan informasi yang dibagikan pada akun- akun berita di media sosial instagram.

3. Variasi Imajinasi

Berita dan informasi *viral* yang dibagikan pada akun berita pada media sosial instagram dimaksudkan menjelaskan dan menerangkan bagaimana *image* objek yang dibicarakan. Bisa positif bahkan negatif.

4. Sintesis Makna dan Esensi

Pada hakikatnya, segala informasi *viral* yang dibagi dalam akun berita pada media sosial Instagram hanya sebagai informasi yang menjelaskan foto dan atau video atau artikel, namun terkadang karena objek yang dibagi kebanyakan berita atau informasi yang sedang *viral* atau sedang menjadi pembicaraan banyak orang, akun berita tersebut dinilai kebenarannya tidak dapat dipertanggung jawabkan karena tidak menampilkan sumber, namun

hanya berupa foto yang diambil dari *camera handphone*.

Pembahasan

Trend Instagram merupakan sebuah cara marketing yang memakai produk sebagai sarana komunikasinya. Kelebihan Instagram adalah memakai partisipasi publik sebagai corong iklan. Sekitar 3 juta pengguna Instagram memamerkan karya-karya fotonya melalui Twitter, Facebook ataupun Instagram. Artinya, partisipasi pengguna Instagram yang fanatik dengan gembira dan sukarela menjadi sarana komunikasi bagi produk, tanpa terasa sebagai iklan (Hemdroyono, 283: 2012). Namun dengan semakin meningkatnya pengguna Instagram, serta Instagram yang dapat digunakan secara mobile di perangkat bergerak seperti telepon genggam atau komputer tablet. Kelebihan ini menjadikan siapapun akan mudah mengakses Instagram dimanapun dan kapanpun.

Akibat dari munculnya internet, muncul berbagai platform media baru yang menyajikan segala informasi tanpa batas. Platform yang paling sering diandalkan masyarakat dalam mencari berita adalah media sosial. Media sosial merupakan media online dimana para penggunanya dapat dengan mudah berpartisipasi, berbagi dan menciptakan isi meliputi blog, jejaring sosial, wiki, forum, dan dunia virtual. Berbeda dari media-media konvensional, salah satu unsur terpenting dalam media online adalah kecepatan memberitakan suatu informasi. Salah satu cara untuk mendapatkan informasi dengan cepat adalah melalui media sosial. Mengingat bahwa masyarakat sering mencurahkan segala opini ataupun kejadian yang ada disekitarnya membuat jurnalis dengan mudah mendapatkan konten berita. Jurnalis tidak perlu turun lapangan

untuk mendapatkan informasi-informasi viral tersebut. Menurut riset yang dilakukan oleh Reuters Institute, jumlah jurnalis yang menggunakan media sosial meningkat drastis. Di Indonesia sendiri, sering kali jurnalis hanya bermodal konten yang viral di media sosial untuk dijadikan berita.

Hak ini berbanding lurus dengan minat audience pada media sosial yang juga menjadikan media sosial Instagram menjadi sumber utama untuk masyarakat mencari informasi yang sedang viral. Para penikmat dan pengguna media sosial khususnya instagram, dapat dengan mudah mencari dan mendapatkan informasi-informasi viral melalui media sosial instagram. Tanpa modal, usaha dan waktu yang lama, para pencari informasi viral dapat dengan mudah mendapatkan informasi viral pada akun-akun berita yang saat ini sudah banyak di media sosial Instagram.

Disisi lain media sosial yang telah menjadi sumber informasi viral bagi masyarakat tidak dapat terlepas dari kredibilitasnya sebagai media. Kredibilitas terhadap sumber berkaitan dengan kepercayaan individu yang menulis berita tersebut, sedangkan kredibilitas media berkaitan dengan kesatuan yang lebih luas, seperti stasiun televisi, koran, dan tentunya media online. Metzger dan Flanagin, menyatakan kredibilitas media online dapat dilihat dari hasil evaluasi sumber informasi, pesan itu sendiri, atau pada kombinasi antara sumber dengan pesan. Maka yang mereka maksud adalah kredibel atau tidaknya media dapat ditentukan dari sumber dan isi pesan yang disampaikan. Jika sumbernya sesuai dan pesan yang disampaikan benar maka dapat dikatakan informasi tersebut kredibel.

Sebagaimana dikatakan oleh Jason dan Anne Hill (1997), media massa dalam teori Jarum Hipodermik mempunyai efek

langsung “disuntikkan” ke dalam ketidaksadaran audience (Nurudin. 2011). Teori ini mengasumsikan media massa mempunyai pemikiran audience bisa ditundukkan sedemikian rupa atau bahkan bisa dibentuk dengan cara apapun yang dikehendaki media. Model teori ini cenderung bersifat linear atau satu arah, karena media massa (media massa televisi, koran dan online) dianggap memiliki pengaruh yang kuat dan penerima (masyarakat) akan mempersepsikan sesuai dengan pesan yang disebarkan oleh media massa ataupun informasi- informasi yang ada di dalamnya.

IV. KESIMPULAN

Dengan hadirnya media sosial khususnya instagram dewasa ini secara tidak langsung telah melahirkan fenomena budaya massa dalam mencari dan mendapatkan informasi viral yang sedang menjadi pembahasan di dunia nyata. Nyatanya saat ini massa lebih banyak yang memilih untuk bergeser menjadikan media sosial mejadi sumber informasi dan sarana komunikasi mereka. Hal ini tentu saja bukan tanpa alasan, media sosial telah menawarkan suguhan informasi segar yang akurat bagi para pencari informasi viral dengan waktu yang lebih cepat dibanding dengan media- media yang lainnya. Media sosial ini bukan hanya digunakan oleh kalangan tertentu saja, namun media sosial juga ternyata dapat mengakses kesemua kalangan, baik kelas sosial masyarakat dan juga dari kalangan usia.

Kemudahan dan keunggulan lainnya yang disajikan oleh media sosial nyatanya memang menjadi salah satu alasan mendasar bagi massa dalam memilih media sosial untuk menjadi sumber informasinya. Dalam penelitian ini, peneliti merasa teori yang cocok untuk dapat dijadikan dasar adalah teori hypodermic needle theory. Hal itu dikarenakan teori ini

mengasumsikan sebagaimana dikatakan oleh Jason dan Anne Hill (1997), media massa dalam teori Jarum Hipodermik mempunyai efek langsung “disuntikkan” ke dalam ketidaksadaran audience (Nurudin. 2011). Selain itu peneliti juga menggunakan pendekatan fenomenologi untuk membantu peneliti dalam menganalisis kehidupan batiniah individu yang berupa pengalaman mengenai fenomena atau penampakan sebagaimana adanya.

Salah satu contoh dari berita viral saat ini ialah terkait dengan kasus virus Covid-19. Tidak hanya warga Indonesia saja, bahkan warga dunia pun sedang dalam kondisi pandemi Covid-19 ini. Hal inilah yang mengakibatkan berita ini menjadi salah satu informasi yang sedang ramai diperbincangkan dan dicari oleh semua orang. Terlebih lagi kondisi warga dunia saat ini yang sedang dituntut untuk menjalankan social/physical distancing, dimana semua orang diharapkan mampu menjaga jarak aman mereka dan juga tidak menimbulkan atau menciptakan perkumpulan dan kejramaian.

Kondisi ini semakin memberikan ruang untuk media sosial instagram sebagai yang saat ini menjadi media salah satu media sosial yang paling diminati oleh warga dunia (Lucy, 2018). Cara pengoperasiannya yang terbilang cukup mudah dan efisien menjadikan media sosial instagram memiliki pengguna yang tidak sedikit. Masyarakat dapat dengan mudah mengakses media sosial instagram cukup melalui telepon pintarnya, dan dengan cara yang mudah pula masyarakat dapat mencari dan mendapatkan informasi viral yang mereka butuhkan. Karena untuk saat ini bukan hanya satu atau dua akun saja yang telah menjadi akun berita pada media sosial instagram yang menyajikan informasi- informasi viral.

DAFTAR PUSTAKA

- Annas, W. F., & Rizal, D. A. (2019). Pemanfaatan Media Baru Sebagai Media Bisnis. *Mabsya: Jurnal Manajemen Bisnis Syariah*, 1(1), 99-115.
- Annisa Rahmania, dkk. Internet Sehat, Depok: Penebar Plus, h. 4.
- Ari Kurniawan. (2018). Fenomena Akun Anonim di Media Sosial sebagai Sumber Informasi dan Ekonomi Analisis Wacana pada Akun Instagram Lambe Turah, Program Studi Ilmu Komunikasi, Universitas Bakrie. DOI: <file:///D:/Naa/Pasca/Bu%20Tina/Media%20dan%20Budaya/1780-5712-4-PB.pdf>
- Anwar, F. (2017). Perubahan dan Permasalahan Media Sosial, *Jurnal Muara Ilmu Sosial, Humaniora Dan Seni*, 1 No.1(2017), 137-144. DOI: journal.untar.ac.id/index.php/jmishumsen/article/download/343/284%0A
- BPS (Badan Pusat Statistik). (2018). Diunduh dari <https://www.bps.go.id/>
- Campbell, Tom. (1994). *Tujuh Teori Sosial*, Yogyakarta: Kanisius. Creswell, JW. 2013.
- Clay Shirky, *Internet Lewat E-Mail*, (Jakarta: PT Elex Media Komputindo, 1995), h. 2.
- Handoko Hendroyono. (2013). *Brand Gardener*, Tangerang: Literati, Hal. 283
- Jubilee Enterprise. (2010). *Panduan Memilih Koneksi Internet untuk Pemula*, Jakarta: PT Elex Media Komputindo, h.2.
- Juditha, Christiany. (2018). "Interaksi Komunikasi Hoax di Media Sosial serta Antisipasinya". Puslitbang Aplikasi Informatika dan Informasi Komunikasi Publik Kementerian Komunikasi dan Informatika RI
- Kovacic, Melita Poler, dkk. (2010). *Credibility of Traditional vs. Online New Media: A Historical Change in Journalists' Perceptions?*
- Kusumaningrat. (2016). Hikmat dan Purnama, *JURNALISTIK Teori dan Praktik*. Bandung: Remaja Rosdakarya.
- Lani Sidharta. *Internet: Informasi Bebas Hambatan 2*, (Jakarta: PT Elex Media Komputindo, 1996), h. 8.
- Lucy Pujasari Supratman. (2018). *Penggunaan Media Sosial oleh Digital Native*. Universitas Telkom
- Mahendra, Bimo. (2019). *Eksistensi Sosial Remaja Dalam Instagram (Sebuah Perspektif Komunikasi)* (Markerting Communications Garda Perdana Security)
- Nurudin, 2011. *Komunikasi Massa*, Yogyakarta: Pustaka Pelajar
- Rulli Nasrullah. (2016). *Media Sosial Perspektif Komunikasi, Budaya, Sosioteknologi*, Cet. kedua, Simbiosis Rekatama Media, Bandung. Subekti, 2005.
- Survei Asosiasi Penyelenggara Jasa Internet (APJII). (2018). Diunduh dari <https://apjii.or.id/survei>
- Widiastuti Neila. (2019). *Berita Viral di Media Sosial Sebagai Sumber Informasi Media Massa Konvensional*, Universitas ARS. DOI: <http://ejournal.ars.ac.id/index.php/jdigital/article/view/161/116>
- Yuhelizar, *10 Jam Menguasai Internet Teknologi dan Aplikasinya*, (Jakarta: PT Elex Media Komputindo, 2008), h.1

