

# Media Refference Facebook

*by* Lian Agustina Setiyaningsih

---

**Submission date:** 17-Sep-2020 02:18PM (UTC+0700)

**Submission ID:** 1389293496

**File name:** SPEKTRUM\_TEMPLATE\_JURNAL.docx (4.86M)

**Word count:** 5561

**Character count:** 37728

## MEDIA REFERENCE BERBASIS TEKNOLOGI FACEBOOK DALAM MEWARNAI TUGAS WARTAWAN MENCARI BERITA

Lian Agustina Setiyaningsih<sup>1</sup>, Muhammad Hanif Fahmi<sup>2</sup>, Fitraaqwin Sawidodo<sup>1</sup>

<sup>1</sup> Ilmu Komunikasi, Universitas Merdeka Malang,

<sup>2</sup> Sistem Informasi, Universitas Islam Raden Rahmat Malang

Email : [lian.agustinas@unmer.ac.id](mailto:lian.agustinas@unmer.ac.id)

### ABSTRACT

*Facebook has various functions including helping professional activities. As a social media used by 140 million Indonesians, Facebook has a significant role in helping journalists work. The phenomenon of using social media references is also widely practiced abroad. However, the convergence of the media questions the limitations of using Facebook by journalists in compiling news. This is because the convergence of media provides flexibility for social media users to be both communicators and communicators in it. This study used a qualitative narrative method which interviewed 9 informants for print, electronic and online journalists. The narrative method describes the practice of using Facebook media sources from the eyes of journalists who are used as sources in presenting news. Purposive sampling is a technique of taking the number of informants. The result of this research is that Facebook is used as a reference media by journalists in finding, managing and compiling news. Limitation on the use of references is in the activity of finding news objects and strengthening news writing data. There are two features on Facebook that are used as references, namely updates and groups. Journalists act as gatekeepers in distributing messages. Steps taken in managing news information on Facebook include: checking, filtering, crosschecking and writing news. Meanwhile, the criteria for information accessed are the weight of information with social impacts, proximity, the tendency of the media regarding news content, content uniqueness, extraordinary, high value and news.*

**Keywords:** *media reference; technology; facebook; news; journalists*

### ABSTRAK

Facebook memiliki fungsi beragam termasuk dalam membantu kegiatan profesional. Sebagai media sosial yang digunakan oleh 140 juta penduduk Indonesia, facebook memiliki peran signifikan juga dalam membantu tugas wartawan. Fenomena pemanfaatan referensi media sosial juga banyak dipraktikkan di luar negeri. Namun, konvergensi media mempertanyakan batasan pemanfaatan facebook oleh wartawan dalam menyusun berita. Sebab, konvergensi media memberikan keleluasaan bagi pengguna media sosial untuk bisa menjadi komunikator sekaligus komunikatif di dalamnya. Penelitian ini menggunakan metode naratif kualitatif yang mewawancarai 9 informan wartawan cetak, elektronik maupun online. Metode naratif menggambarkan praktik penggunaan sumber media *facebook* dari kaca mata wartawan yang dijadikan sebagai sumber dalam menyajikan berita. *Purposive sampling* merupakan teknik pengambilan jumlah informan. Hasil dari penelitian ini adalah facebook dijadikan sebagai media referensi oleh wartawan dalam mencari, mengelola dan menyusun berita. Batasan penggunaan referensi ada pada kegiatan

ISSN 2338 - 0861 (cetak); e-ISSN 2621 - 8712 (online)

website : <http://spektrum.stikosa-aws.ac.id>

mencari obyek pemberitaan dan memperkuat data penulisan berita. Terdapat dua fitur dalam facebook yang dijadikan sebagai referensi yakni update dan grup. Wartawan berperan sebagai *gatekeeper* dalam mendistribusikan pesan. Langkah yang dilakukan dalam mengelola informasi berita di *facebook* meliputi: pengecekan, filter, *crosscheck* dan penulisan berita. Sedangkan, kriteria informasi yang diakses adalah bobot informasi berdampak sosial, *proximity*, kecenderungan media tentang konten pemberitaan, keunikan konten, *extraordinary*, nilai dan berita yang tinggi.

**Kata-kata Kunci:** *media reference*; teknologi; *facebook*; berita; wartawan

## PENDAHULUAN

Pesatnya perkembangan teknologi pada beberapa dekade terakhir membawa pengaruh terhadap berbagai sektor, salah satunya media informasi dan komunikasi dalam pertukaran pesan melalui teknologi. Dengan hadirnya media baru, masyarakat mendapat kemudahan dalam memperoleh informasi dalam berbagai aspek. Tidak lagi terbatas oleh waktu dan jarak, masyarakat bisa mendapatkan berbagai informasi melalui *smartphone*, selain mendapatkan informasi manusia juga dapat membagikan informasi kepada khlayak dengan mudah.

Seiring dengan perkembangan teknologi tersebut, informasi sudah menjadi kebutuhan primer dalam kehidupan masyarakat sehari-hari. Tidak dapat dipungkiri bahwa teknologi informasi dan komunikasi telah menjadi kebutuhan sehari-hari bagi masyarakat untuk mendapatkan suatu informasi tentang suatu peristiwa yang terjadi di suatu daerah, Negara ataupun dunia. Masyarakat sangat membutuhkan kehadiran media untuk memenuhi kebutuhannya. Media massa menjadi sebuah kekuatan yang besar dalam suatu negara, masyarakat dapat dengan mudah mengontrol kinerja pemerintah, mengetahui perkembangan politik, ekonomi, dan sosial.

Media massa, masyarakat menjadi lebih peka terhadap suatu

permasalahan yang tengah terjadi. Dengan kata lain media massa memiliki peran untuk memberi informasi sekaligus mendidik masyarakat (Adisel & Gawdy, 2020).

Dalam *We Are Social* dan *hootsuite*, data statistik pengguna media sosial bulan Januari 2020 menampilkan pengguna media sosial masyarakat di Indonesia mencapai 160 juta pengguna aktif media sosial. Mengalami peningkatan sebesar 8,1% dari tahun sebelumnya. Dan 140 juta merupakan pengguna Facebook (Social, 2020). Dari data tersebut dapat dilihat bahwa 56% masyarakat Indonesia adalah pengguna sosial media. Masih dari hasil penelitian yang diadakan oleh Hootsuite dan *We Are Social*, para pengguna internet di Indonesia tercatat rata-rata dalam menggunakan internet terhitung sebanyak 8 jam 51 menit tiap harinya. Bisa dilihat dari data tersebut bahwa dalam satu hari, masyarakat Indonesia mengakses internet dalam durasi waktu yang cukup lama.

Media baru merupakan sarana komunikasi untuk berinteraksi dengan berbagai kelebihan. Seperti misalnya menyediakan forum berpendapat, melakukan tukar informasi dengan cepat dan terkini. Kelebihan media baru jika dibandingkan dengan media *mainstream* dapat menembus ruang dan waktu serta kecepatan dan kebaruan informasi yang tinggi. Hal ini disebabkan media baru meliputi proses produksi, distribusi, transmisi

serta *display* informasi. Dimana proses tersebut disokong oleh internet yang mendukung dalam aspek kecepatan akses (Kurmia, 2005).

Sementara itu, McQuail (2011) membagi media menjadi 4 tipe, yaitu: media komunikasi interpersonal, media permainan interaktif, mesin pencari informasi, dan media pertukaran informasi. Klasifikasi ini dalam Deswindi (2017), memudahkan audiens dalam memilih media berdasarkan konten. Dampak dari bergesernya kebiasaan audiens dari media *mainstream* ke media baru adalah berupa perubahan budaya. Fauzi (2018), perubahan budaya komunikasi terjadi bermigrasi dari era konvensional ke media baru. Bentuk transformasi dari komunikasi tatap muka menjadi komunikasi yang menggunakan media berbasis teknologi komputer dan internet. Bagi *digital natives*, budaya komunikasi yang terbentuk melalui budaya teksting dengan membangun nilai kedekatan emosional dan kemudahan dalam menyampaikan informasi, serta kecepatan, hiburan, kustomisasi dan kebebasan.

Straubhaar & Laruse (2006), perubahan pola pikir dan konsepsi tentang komunikasi media baru menggeser komunikasi media arus utama menjadi media yang berbasis internet dengan sifatnya bisa mengkomodifikasi bentuk komunikasi interpersonal dalam komunikasi massa. Menurut Fauzi (2018), media yang mampu merepresentasikan fenomena di atas adalah melalui *whatsapp*. Dalam Setyaningsih & Jatmikowati (2019), juga menjelaskan bahwa platform *whatsapp* mampu melakukan komodifikasi terhadap waktu luang ibu rumah tangga. Dimana seluruh kebutuhan informasi dan hiburan dapat dipenuhi melalui grup *whatsapp*.

Pergeseran model teknologi media massa menjadi teknologi media baru terlihat dari keberagaman dan variasi informasi serta sumber. Kemudian audiens menjadi sangat aktif untuk melakukan fragmentasi konten dan *channel*. Dan pada akhirnya bermunculan *feedback* yang tidak terduga dan beragam. Berikut merupakan komparasi model media baru dengan lama.

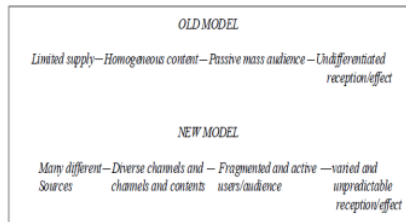


Figure 1. Perbandingan Model Media (Kurmia, 2005)

Selain *whatsapp*, media sosial lainnya yang banyak digunakan untuk mengakses informasi dan hiburan adalah *facebook*. Pengguna *facebook* sangat beragam, mulai dari anak muda hingga orang tua. Pemanfaatan *facebook* juga bermacam-macam yang sangat dominan adalah untuk akses hiburan dan informasi bagi audiens. Motif afiliasi penggunaan *facebook* beragam, yang terbesar untuk kebutuhan berteman dan mencari informasi. Informasi bukan hanya untuk berjejaring, sedangkan motif afiliasi terkecil untuk mendapatkan perhatian orang lain. Selain itu ada motif-motif afiliasi lainnya yang muncul berkaitan dengan intensitas hubungan yang lebih kuat seperti motif mempertahankan hubungan antar individu, empati yang simpatik diwujudkan dalam sikap bersahabat, memiliki keinginan baik, dan membina hubungan yang penuh kepercayaan (Pribadi et al., 2011).

Tingginya jumlah pengguna *facebook* dengan berbagai motif

afiliasinya, dipengaruhi oleh faktor dominan berupa kebutuhan informasi dan hiburan. Sopia (2013), kepentingan pengguna facebook terletak pada kebutuhan informasi, kesenangan, komunikasi, transaksi. Ketiga kepentingan tersebut dalam penelitiannya dianggap sebagai faktor yang mempengaruhi tingginya penggunaan facebook di Indonesia.

Dalam dunia jurnalisme tentunya media sosial tidak dapat dipisahkan dengan adanya media baru tersebut. Media sosial saat ini juga telah menjadi sarana bagi jurnalis untuk membantu menyebarkan pemberitaan secara efektif dan cepat. Selain menyebarkan informasi seiring berkembangnya teknologi yang bervariasi kini media sosial juga memberikan wadah bagi jurnalis untuk mendapatkan segala bentuk informasi dari unggahan masyarakat.

Masyarakat tentunya memiliki peran dalam tugas jurnalis seperti misalnya memiliki keinginan untuk menyebarkan suatu informasi kepada audiens. Sehingga berlaku ungkapan atau jurnalisme warga (*citizen journalism*). Penemuan ini menunjukkan bahwa konten jurnalisme warga online menambah keragaman informasi yang tersedia di pasar (Carpenter, 2010). Keakuratan *citizen journalism* disampaikan di facebook dikontrol oleh *gatekeeper*. Dari studi di Kota Batam, facebook mampu menjadi media untuk mempublikasikan hasil jurnalistik warga (Hasibuan, 2019). Artikel jurnalisme warga online lebih cenderung menampilkan keragaman topik yang lebih besar, informasi dari sumber luar dan fitur multimedia dan interaktif.

Dalam praktik *citizen journalism*, proses konvergensi media dijalankan dalam dua proses, yaitu proses produksi dan proses promosi

program berita. Sehingga memunculkan kekurangan dalam pemberitaannya yakni terkait konten pemberitaan dan proses pemberitaan yang tidak menerapkan etika profesi sebagai jurnalis serta distribusi atas kebenaran konten (Vebrynda et al., 2017). Konten yang diberitakan oleh warga merupakan informasi yang menggunakan bahasa informal dan sering kali tidak memperdulikan etika dan prosedur sesuai profesi sebagai jurnalis. Selain itu sangat membuka kemungkinan terjadinya penyebaran berita yang kurang tepat bahkan menuju ke tidak benar.

Oleh karenanya, agar kualitas pemberitaan *citizen journalism* tetap terjamin dari hasil penelitian Rendi, et al. (2016), maka harus menerapkan algoritma penghasil rekomendasi berita. Masing-masing pengguna sistem mempunyai rekomendasi yang berbeda-beda sesuai dengan pola view berita masing-masing. Literatur atau sumber menunjukkan kualitas dari konten jurnalistik yang menunjukkan karakteristiknya. Jurnalisme online memiliki karakteristik yang meliputi: interaktivitas, kustomisasi konten, hipertekstualitas dan konvergensi atau lebih tepatnya: multimedialitas dimana seluruh karakteristiknya berkontribusi pada ruang-waktu yang dibedakan (Bardoel & Deuze, 2001).

Teknologi komunikasi berkontribusi dalam perkembangan jurnalisme terutama dalam kualitas konten dan kecepatan dalam pendistribusian informasi. Dari hasil penelitian Miharto (2015), penentuan isi berita yang dilakukan oleh media online Kompas Tekno dilakukan dengan cara antara lain: pemilihan sumber berita, pemilihan kutipan dari sumber berita, dan menempatkan gambar yang mendukung isi pemberitaan. Praktik konvergensi media seperti di atas juga

dibahas dalam Irawan (2014), era konvergensi media membuat konsep jurnalisisme bisa semakin berkembang, karena platform atau penyebaran media juga semakin variatif bagi jurnalis. Begitu juga studi di Solopos, model konvergensi media yang dilakukan adalah *newsgathering*, dimana jurnalis dituntut mampu mencapai tingkatan kemampuan *multitasking* (Prihartono, 2016).

Kegiatan jurnalistik sebelum terjadinya konvergensi media dalam mencari berita mengandalkan jaringan personal, seperti menjalin hubungan dengan masyarakat setempat yang dijadikan sebagai sumber informasi ketika terjadinya peristiwa di suatu wilayah. Selain itu wartawan juga masih menggunakan jaringan kepada pihak berwajib seperti polisi, tentara bahkan instansi pemerintahan yang dijadikan sumber informasi peristiwa untuk menjadi bahan penayangan berita. Menjadi seorang wartawan tidak semestinya harus menunggu sampai peristiwa muncul, namun mencari dan mengamati dengan ketajaman naluri seorang wartawan.

Peristiwa tidak terjadi diruang redaksi, melainkan terjadi diluar. Oleh karena itu, yang terbaik bagi wartawan adalah terjun langsung ketempat kejadian sebagai pengamat pertama. Dalam dewasa ini di Kota Malang banyak dijumpai postingan masyarakat dalam media Facebook yang menyebarkan informasi terkini terjadi di Kota Malang. Hal tersebut membuktikan bahwa masyarakat di Kota Malang memiliki keinginan untuk menjadi pewarta. Ketika masyarakat menyebarkan informasi kepada khalayak tentunya dalam hal kecepatan penyebaran informasi seorang wartawan dan media tertinggal. Namun dalam hal pemberitaan masyarakat tidak memiliki akses atau hak

perlindungan sebagai pencari data, pengolah data, menyiarkan dengan akurat dan valid seperti profesi jurnalis yang telah diatur dalam kode etik jurnalistik dan hukum yang berlaku.

Munculnya media baru mengusung kompetisi dalam aspek kecepatan penyampaian informasi sehingga menjadi prioritas media saat ini. Pemanfaatan media sosial dalam media massa bukan hanya untuk penyampai berita namun juga untuk media sosial terkhusus Facebook dalam pencarian informasi yang dijadikan sebagai sumber referensi untuk dimuat kedalam tayangan media masa konvensional di Kota Malang.

Nuraeni (2017), hasil survei yang dilakukan salah satu lembaga di negara Amerika Serikat terhadap 500 wartawan yang berasal dari 15 negara, dan hasilnya sebanyak 47 persen di antaranya menggunakan Twitter sebagai sumber berita dan 30 persen lainnya menggunakan Facebook. Pada tahun sebelumnya juga terdapat riset mengenai sumber media sosial yang digunakan untuk menyusun berita sebagai karya jurnalistik.

Paulussen et al., (2014) menyebutkan media sosial semakin banyak digunakan sebagai sumber liputan berita arus utama. Rutinitas jurnalis sebelum turun ke lokasi melakukan pemantauan harian platform media sosial. Secara kuantitatif, artikel yang diterbitkan antara Januari 2006 dan Desember 2013 dalam edisi cetak dua surat kabar berkualitas Flemish (Belgia utara), De Standaard dan De Morgen, yang secara eksplisit merujuk ke Facebook, Twitter atau YouTube. Perbedaan tampilan dan fungsi referensi media sosial dalam pemberitaan mempengaruhi pemilihan platform media sosial.

Fenomena di atas juga berlaku di Indonesia, terutama di Kota Malang. Penggunaan Facebook dikalangan wartawan sudah menjadi hal yang wajar. Namun melihat perkembangan media Facebook tentunya memiliki kekurangan dan kelebihan. Dari kelebihan Facebook wartawan dapat memanfaatkan media tersebut dalam membantu mencari peristiwa ataupun fenomena yang bisa dijadikan sebagai bahan peliputan berita. Jika dilihat dari kekurangan media Facebook dalam konteks penyebaran informasi peristiwa dan fenomena yang terjadi banyak dijumpai penyebaran informasi yang tidak akurat dan tidak dapat dipertanggungjawabkan kebenarannya.

Dalam aturan jurnalistik penyampain suatu berita harus memperhatikan aturan dan pedoman yang telah dibuat yaitu kode etik jurnalistik. Maka perlu adanya filter dalam mengumpulkan informasi dari facebook. Dari permasalahan tersebut studi ini akan membahas media facebook sebagai referensi atau sumber informasi dalam membantu tugas wartawan mencari, mengumpulkan, dan mengolah data. Maka penelitian ini mendeskripsikan tentang praktik *media reference* dikalangan wartawan dengan menggunakan platform facebook.

#### **METODE PENELITIAN**

Metode penelitian yang digunakan adalah kualitatif naratif, untuk menggambarkan praktik penggunaan sumber media facebook dari kaca mata wartawan yang dijadikan sebagai sumber dalam menyajikan berita oleh wartawan media cetak, tele<sup>visi</sup> maupun online di Kota Malang. Penelitian kualitatif naratif ini menghasilkan data deskriptif berupa kata-kata tertulis, atau lisan dari orang-orang dan

perilaku dan pengalaman bertingkat (Sugiyono, 2017).

Penelitian ini melibatkan 9 informan wartawan di Kota Malang dari media televisi, koran dan online. Teknik pengambilan sampling informan berdasarkan *purposive sampling* mengingat banyaknya jenis media massa dan jumlah wartawan di Kota Malang. Instrumen penelitian yang digunakan adalah panduan wawancara yang digunakan dalam teknik pencarian data yakni melalui observasi, wawancara dan studi dokumentasi.

Sedangkan analisis data yang digunakan dalam naratif ini menggunakan langkah uji kredibilitas, uji transferability, uji dependability, uji dan komfirmability. Uji kredibilitas dilakukan dengan melakukan pengamatan dan wawancara secara mendalam untuk menggali data yang dalam. Sedangkan uji transferability meliputi kegiatan menguji validitas hasil wawancara dengan hasil penelitian terdahulu. Uji dependability dilakukan dengan cara menampilkan data pendukung gambar hasil wawancara dengan informan. Uji komfirbility adalah mengkonfirmasi hasil wawancara antar informan untuk mendapatkan data yang terpercaya.

#### **HASIL DAN PEMBAHASAN**

##### **Hasil Penelitian**

Facebook merupakan suatu media yang dapat menyebarluaskan informasi kepada audiens dengan waktu yang cepat. Maka dengan melihat kondisi tersebut wartawan di Kota Malang memanfaatkan Facebook sebagai salah satu sumber informasi yang tujuannya untuk dijadikan suatu berita di media konvensional atau media menstrim seperti televisi, cetak, dan online. Dengan memanfaatkan facebook wartawan sangat terbantu dalam menjalankan pekerjaan sebagai

orang yang mencari, mengola dan mempublikasikan informasi.

Seiring berkembangnya kemajuan teknologi informasi facebook melakukan beberapa peningkatan layanan yang disediakan untuk penggunaannya. Adapun fitur-fitur dalam facebook yang mempermudah masyarakat dalam mempublikasikan suatu informasi yaitu: fitur status update. Bentuk dari status update berupa kolom, penggunaannya dapat memposting pesan, baik berupa teks, gambar, link, ataupun video. Dalam fitur ini masyarakat dengan mudah membagikan suatu informasi kepada publik.



**Figure 2. Timeline Facebook**  
Sumber: facebook.com

Dengan memanfaatkan fitur grup dalam media Facebook kinerja wartawan dalam mencari informasi suatu peristiwa di Kota Malang dapat

memberikan nilai lebih dalam hal kecepatan pemberitaan oleh media konvensional. Dalam fitur grup Facebook menyediakan fasilitas bagi penggunaannya untuk memposting suatu konten yang pemirsanya adalah pengikut grup tersebut. Dapat diartikan bahwa informasi yang ada dalam suatu grup tersebut merupakan pengelompokan dari segala postingan pengguna Facebook secara keseluruhan. Sehingga ketika wartawan mencari suatu informasi akan sangat mudah dan cepat dengan adanya grup Facebook seperti contoh dalam grup Informasi Malang Raya dimana postingan yang ada didalamnya adalah informasi yang sedang terjadi di Kota Malang. Dalam fitur grup ada pemberitahuan yang muncul dalam akun facebook sehingga dalam grup dan memudahkan untuk mencari suatu informasi.



**Figure 2. Fitur Grup Facebook**  
Sumber: facebook.com

Wartawan Kota Malang melakukan beberapa inovasi agar pemberitaan dalam media televisi, cetak, online tidak tertinggal keeksistensianya dan kecepatannya dalam pemberitaan. Pemanfaatan facebook sebagai salah satu sumber informasi menjadi cara waratwaan



Kota Malang untuk mempermudah dalam kinerja wartawan. Terdapat beberapa informasi yang dapat dijadikan sebagai bahan untuk diolah menjadi berita. Sumber informasi beragam sebagian besar berasal dari grup untuk melaporkan tentang keadaan atau peristiwa yang terjadi di Kota Malang. Selain informasi kejadian dalam tautan masyarakat di facebook juga meliputi informasi yang bersifat menghibur, *human interest*, dan hal unik yang ada. Jenis informasi diatas dimanfaatkan oleh wartawan sebagai informasi yang dijadikan sebagai berita *features*.

Dalam penelitian ini informan wartawan diutamakan yang memiliki akun facebook dan wilayah kerjanya di Malang Raya. Kelebihan media facebook menjadi kompetitor dalam aspek kecepatan dan akses luas bagi penyebaran berita baik di media *mainstream* maupun media baru. Perbedaan antara facebook dengan platform media penyampai berita di media berbasis internet terletak pada obyek yang disampaikan. Facebook sebagian besar yang disampaikan adalah berupa informasi yang sifatnya kurang mendalam. Sedangkan platform media penyampai berita di media berbasis internet menyajikan berita yang dikemas dengan kaidah jurnalistik dan memenuhi kode etik jurnalistik.

Fenomena baru yang dilakukan oleh wartawan adalah mencoba menggabungkan praktik kerja di ranah facebook dan media penyampai berita. Hal ini merupakan jawaban atas kompetisi yang dijelaskan di atas. Dimana, wartawan mencoba menggali kreatifitas dan membuat inovasi dalam membantu pencarian informasi untuk menyajikan sebuah berita. Dengan kata lain facebook digunakan sebagai referensi

untuk membantu mempercepat akses publikasi.

Cara kerja pemanfaatan facebook sebagai referensi adalah melalui fitur grup. Informasi di dalam dalamnya merupakan pengelompokan dari berbagai postingan pengguna secara keseluruhan. Grup facebook yang banyak digunakan oleh wartawan di Malang adalah bernama "Komunitas Peduli Malang Raya". Postingan meliputi informasi yang sedang terjadi di Malang Raya. Grup ini menyediakan berbagai informasi terkait laporan masyarakat tentang kondisi terkini di Malang Raya, sektor ekonomi, politik, kriminal, olahraga, sosial, agama, budaya hingga hiburan.

Dari hasil wawancara dengan informan terdapat beragam grup yang diikuti dan yang paling sering diakses adalah Komunitas Peduli Malang Raya. Adapun ragam grup facebook antara lain: Komunitas Peduli Malang Raya dan Informasi Malang Raya. Menurut Fajar wartawan Metro TV kemudahan didapat dengan mengakses keduanya, alasannya adalah audiens di facebook juga sudah banyak yang mengunggah video sebagai konten utama dalam menyampaikan informasinya.



**Figure 4. Interview Fajar-Metro TV Kontributor Malang**

*" ... kalau di Malang sendiri ada beberapa grup facebook yang menjadi sumber informasi, seperti komunitas peduli malang kemudian informasi malang*

*raya, disitu banyak informasi-informasi dari warga kota malang sendiri tentunya yang menguplod kejadian-kejadian di Kota Malang. Karena mereka sekarang sudah menggunakan handphone yang ada kameranya jadi sewaktu waktu mereka menemukan suatu peristiwa dijalan mereka langsung memvideo atau memotret dan langsung mengaploudnya di grup itu...”*(Hasil wawancara, 2020).

Selain dua jenis sumber grup facebook di atas, wartawan di Malang Raya juga mengakses facebook *official* yang dimiliki oleh dinas. Seperti misalnya yang sering diakses adalah official akun seperti BPBD, PLN, POLRESTA, PEMKOT. Pemanfaatan referensi akun *official* bertujuan untuk menguatkan isi berita, disamping itu juga akun tersebut dapat dipertanggungjawabkan karena dikelola oleh dinas atau instansi. Dari hasil wawancara dengan Luki wartawan dari *viva.com* kontributor Malang, menyebutkan bahwa akun *official* memberikan fakta akurat dan langkah selanjutnya adalah mengklarifikasi atau mengkonformasi ke sumber yang berkaitan.

*“...cari informasi yang resmi mending saya melihat di akun resmi, seperti ketika saya mau mencari informasi tentang rekayasa lalu lintas di Kota Batu saya langsung cari di akun resminya DISHUB, dari pada ke akun orang personal yang informasinya kadang gak bisa dipertanggungjawabkan.”* (Hasil Wawancara, 2020)



**Figure 5. Interview Luki-Viva.com**

Sumber informasi bukan berarti hanya berbicara mengenai suatu peristiwa saja, tetapi melainkan hal yang memiliki nilai jual berita. Dalam produk jurnalistik juga dikenal dengan istilah *feature* yaitu berita yang masuk dalam kategori ringan, dimana berita tersebut dibuat dengan tujuan menginspirasi, menghibur, dan berkaitan dengan *human interest* yang kuat. Banyak informasi yang di dapatkan dari postingan facebook yang berupa kejadian unik ataupun hal yang dapat menarik kertarikan masyarakat untuk melihat berita tersebut. Contoh dalam hal ini seperti yang dikatakan Deni dari MNC TV Kontributor Malang.

*“... di facebook saya juga mengambil sisi-sisi yang dapat menginspirasi pemirsa, seperti misalnya mengikuti seseorang yang memiliki prestasi pencak silat di Kota Malang yang sering menjuari kejuaraan daerah atau nasional, disitu saya mengambil informasi tersebut sebagai bahan untuk dijadikan berita features.”* (Hasil Wawancara, 2020)

Sumber dari facebook tersebut dijadikan sebagai referensi dengan tindakan selanjutnya adalah melakukan konfirmasi kepada pihak yang berkaitan. Dengan kata lain, proses penggalan data tetap dilakukan terhadap pihak terkait.

Dimana wawancara terhadap sumber juga dilakukan untuk memastikan kebenaran informasi awal yang didapat. Sehingga pada akhirnya berita akan disajikan dengan sangat lengkap dan memenuhi kriteria berita yang layak untuk ditayangkan.

Faktor lain yang dijadikan sebagai pertimbangan setelah mengakses facebook adalah kode etik jurnalistik. Wartawan Malang Raya tetap menggunakan kode etik jurnalistik dalam menyajikan berita yang akurat. Terdapat beberapa tahapan pengelolaan berita dari facebook untuk dijadikan sebagai referensi menulis berita. Informasi dalam postingan grup, komunitas, ataupun akun-akun lainnya tidak semua mengandung nilai-nilai berita. Sehingga dibutuhkan keahlian wartawan yaitu naluri dalam memilih informasi.

Kriteria informasi yang dipilih adalah bobot informasi yang berkaitan dengan dampak sosial terhadap masyarakat. dari hasil wawancara dengan Deni (MNC TV), Dedik (Kompas TV), Ramadhan (SCTV) dan Darmono (Merdeka.com) memiliki pendapat yang sama bahwa berita wartawan juga harus memandang keterkinian dari kejadian yang ada dalam suatu siklus media. Terkadang kedekatan media (*proximity*) menjadikan berita dalam suatu kelompok tertentu dapat membawa perubahan keadaan sosial. Selain itu, menurut keempat narasumber di atas, faktor kecenderungan topik media mereka dalam memberitakan juga menjadi pertimbangan. Seperti misalnya jika media mereka sedang memberitakan secara marathon tentang kecelakaan pesawat, maka informasi terkait hal tersebutlah yang menjadi prioritas pencarian.



**Figure 6. Interview Dedik-Kompas TV**

Faktor lain yang dijadikan sebagai pertimbangan dalam mengakses facebook untuk dijadikan sebagai referensi berupa keunikan dari konten yang akan diusung. Hal ini menitik tekankan pada kaidah jurnalistik tidak biasa (*extra ordinary*). Menurut hasil wawancara dengan Ardiansyah (Times Indonesia), Junaidi (Harian Surya), dan Jauhar (Stringer SCTV), postingan dalam facebook belum memenuhi kriteria jurnalistik. Oleh karenanya dibutuhkan pengelolaan lebih lanjut terkait data yang dari sumber tersebut. Sehingga faktor nilai berita yang tinggi juga menjadi bagian pertimbangan dalam mengakses informasi di facebook. Menurut Junaidi (Harian Surya) dalam wawancaranya diperlukan adanya sebuah klarifikasi kebenaran suatu informasi yang ada pada tautan facebook.

*"... iya dalam menghadapi perkembangan teknologi wartawan memang harus memanfaatkan facebook dengan baik. Ketika mendapatkan informasi dari facebook itu hanyalah sebagai pendukung informasi, wartawan harus mengetahui sendiri apa yang sedang terjadi pada peristiwa yang sudah diposting dalam facebook. Saya pernah mendapat informasi bahwa ada*

*kecelakaan dari postingan yang ada di facebook. Dari informasi tersebut kita harus mengecek kebenaran dari informasi tersebut, bisa dengan terjun kelapangan secara langsung ataupun menghubungi warga dan pihak yang berwajib yang menangani peristiwa tersebut..."*  
(Hasil Wawancara, 2020)

Oleh karenanya dari seluruh informan menyatakan bahwa facebook meringankan tugas dalam hal pencarian konten dan data secara umum. Pengolahan informasi dari sumber facebook wartawan juga berfungsi sebagai kontrol sosial. Artinya ketika adanya informasi yang bersifat pro kontra, dan sudut pandang yang dapat menjadikan polemik yang terjadi dalam masyarakat wartawan harus membenarkan atau menjadikan sudut pandang yang berbeda dengan berdasarkan fakta kejadian. Sehingga informasi yang diterima oleh masyarakat dapat dipastikan kebenaran dari suatu informasi tersebut.

Wartawan menjadikan informasi yang didapatkan dari postingan pengguna facebook hanyalah sebagai salah satu sumber sekunder. Informasi yang diperoleh tersebut masih harus melalui tahap pengolahan data atau informasi sesuai dengan kode etik jurnalistik yang sudah menjadi landasan hukum bagi seorang wartawan. Tidak semua informasi yang berada dalam postingan facebook dapat dijadikan sebagai berita maka perlu adanya proses yang dilakukan wartawan dalam membuat berita berdasarkan informasi yang di dapat dari posting pengguna facebook. Tentu

wartawan memiliki cara tersendiri dalam mengelolah suatu informasi yang didapatkan sesuai dengan framing media yang diikuti oleh masing-masing wartawan.

Berita yang menarik dalam pandang jurnalistik yaitu berita yang memiliki nilai atau bobot berita. Isi dari berita tersebut, dianggap layak atau tidak untuk dipublikasikan, merupakan tugas dari wartawan dalam memilih dan mengelola informasi yang didapatkan agar menjadi berita yang memiliki nilai.

Dengan kata lain bahwa karakteristik masing-masing wartawan sangat berpengaruh terhadap proses pencarian dan sudut pandang dalam mengakses informasi hingga dalam penyajian berita selanjutnya. Hal terbesar yang berpengaruh juga adalah sense atau insting wartawan dalam memilih informasi. Dan keahlian ini menurut informan hanya didapatkan dari jam terbang wartawan di lapang dalam meliput, menulis sekaligus membaca berita dan fenomena sosial.

## **Pembahasan**

### **Facebook Sebagai Media Referensi Wartawan Dalam Mencari Berita**

Fenomena pemanfaatan facebook sebagai media referensi wartawan dalam mencari data untuk membuat berita dapat dilihat dari konsep *gatekeeper* dalam pemanfaatan media sosial. Wartawan berperan sebagai *gatekeeper* dalam menyaring informasi yang bertebaran luas di facebook. Menurut Mareel & Vakaet (2012), keterlimpahan informasi (*information abundant*) di media sosial membuat masyarakat

mengalami kebingungan. Sehingga membutuhkan *gatekeeper* untuk meluruskan kebenaran informasi yang ada di dalamnya.

Korelasi antara wartawan dengan keterlimpahan informasi dalam penelitian ini adalah pada fungsi wartawan sebagai *gatekeeper*. Selain itu hubungan lainnya yang dapat dilihat dari penelitian ini bahwa wartawan juga merupakan komunikator yang melakukan praktik untuk kemudian berperan menjadi komunikator. Artinya bahwa wartawan merupakan pengguna facebook dan memanfaatkannya sebagai referensi dalam menyajikan berita di media mainstream maupun media baru.

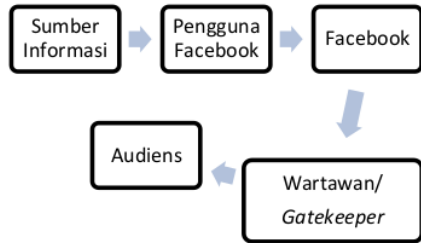
Dari hasil analisa data, facebook merupakan sumber media sosial yang paling sering digunakan sebagai referensi jika dibandingkan dengan media sosial lainnya. Hal ini dikarenakan facebook memiliki konten yang kompleks melalui fitur grup yang terdapat di dalamnya. Facebook memberikan kecepatan dalam segi penyebaran informasi. Hal tersebut menjadikan wartawan harus selalu berinovasi untuk tetap konsisten dan eksis di dalam media pemberitaan. Dalam facebook juga didukung dengan adanya pengguna facebook yang memberikan informasi dengan tidak terbalas oleh waktu dan oleh siapapun. **Khalayak umum, menandakan bahwa konten media internet tidak lagi hanya dimonopoli pihak berkepentingan namun dapat diunggah oleh semua pengguna internet (Solomon, 2013).**

Jadi tidak hanya wartawan atau media yang memiliki kepentingan dalam hal penyebaran informasi. Tetapi masyarakat umum dapat menyebarkan berbagai informasi kepada khalayak ketika seorang memiliki akun (pengguna facebook).

Oleh karenanya wartawan dapat berperan sebagai *gatekeeper* ketika bersinggungan dengan penyebaran informasi di media sosial.

Pengguna facebook tidak harus memiliki keterikatan atau saling mengenal antara pemberi informasi dan penerima informasi. Wartawan tidak harus memiliki suatu hubungan khusus dengan pengguna facebook untuk dapat mencari sumber informasi. Artinya semua kalangan yang memberikan informasi di dalam facebook dapat diterima oleh wartawan untuk dijadikan sebuah berita. Seperti dalam penelitian ini yang telah menjabarkan fitur grup dalam facebook, dimana keanggotaan grup tersebut tidak memiliki hubungan khusus yang dimaksud adalah seluruh pengguna yang ada dalam grup facebook tersebut dapat menerima informasi tanpa harus mengenal terlebih dahulu siapa penerima dan pemberi informasi.

Mencari sumber informasi di dalam media Facebook merupakan tahap awal dalam pembahasan teori *Gatekeeping*. Teori tersebut memiliki konsep yang dikemukakan oleh Westley dan Maclean, bahwa informasi yang didapatkan oleh warganet atau masyarakat yang melihat suatu peristiwa akan disebarkan melalui facebook, kemudian dimanfaatkan oleh wartawan sebagai Gate Keeper untuk dijadikan sebagai sumber informasi awal. Jadi dalam memanfaatkan facebook seorang wartawan berada di pihak kedua dalam mendapatkan informasi. Pihak pertama merupakan masyarakat yang melihat atau menyebarkan informasi tersebut.



**Figure 6. Wartawan Sebagai Gatekeeper**

**Pengelolaan informasi berita dari media refrensi Facebook**

Pemanfaatan facebook sebagai media referensi yang dilakukan oleh wartawan merupakan kegiatan kombinasi dalam menghasilkan berita. Disebut sebagai kegiatan kombinasi karena melakukan dua kegiatan di dua ranah media yang berbeda, dengan kata lain, wartawan memanfaatkan media baru guna mendapatkan informasi untuk menyokong pembuatan berita yang nantinya akan di publikasikan di media masing-masing.

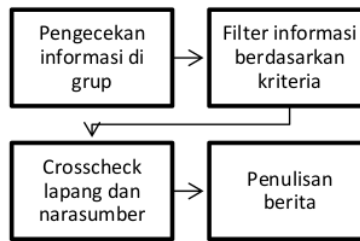
Facebook memiliki dua fitur yang dijadikan sebagai sumber referensi bagi wartawan yakni fitur status dan grup. Kedua fitur tersebut dimanfaatkan dengan cara berjejaring di media sosial. Cara kerjanya adalah dengan berbagai informasi melalui pembaharuan status dan juga dengan mengunggah tulisan maupun gambar yang menceritakan sebuah peristiwa. Grup facebook yang sering kali dijadikan sebagai rujukan ada dua jenis grup independen dan grup yang bersifat *official*.

Grup independen merupakan grup yang beranggotakan semua orang dan sumber informasi berasal

dari semua kalangan masyarakat. ruang lingkup dari grup tersebut adalah di Malang Raya. Dari banyak grup di facebook, terdapat dua grup yang sering dijadikan sebagai sumber referensi dalam menulis berita. Kedua grup tersebut adalah Info Malang Raya dan Komunitas Peduli Malang Raya. Keduanya memiliki kekuatan konten yang kredibel dan terkini dengan kecepatan penyampaian berita yang bagus. Karena keunggulan tersebut dijadikan sebagai media referensi oleh wartawan.

Grup *official* merupakan grup facebook yang dikelola oleh instansi maupun dinas di lingkup Malang Raya. Tidak semua grup *official* dapat dijadikan sebagai sumber. Hal ini dikarenakan tingkat kualitas informasi dan kecepatan dalam memperbaharui informasi yang berkaitan dengan instansi tersebut. Grup yang sering diakses adalah BPBD, PLN, POLRESTA, PEMKOT, PEMKAB.

Pengelolaan informasi berita yang dilakukan oleh wartawan dengan pemanfaatan kedua fitur tersebut dengan tujuan untuk memperkuat konten berita yang sedang ditulis. Alasan yang melatar belakangi penggunaan facebook sebagai media referensi adalah data yang disajikan factual dan terkini. Pengelolaan informasi menjadi lebih mudah dikarenakan bentuk informasi berupa *features*.



**Figure 7. Tahapan Pengelolaan Informasi**

Ciri utama media baru adalah keterhubungan dengan kecepatan akses yang sangat tinggi. Facebook mengimplementasikan asas tersebut sehingga kegiatan distribusi dan transformasi informasi menjadi sangat mudah dan cepat. Wartawan mampu melakukan pengelolaan bahan berita yang bersumber pada grup facebook. Wartawan juga memiliki kesadaran penuh akan kekurangan dalam penggunaan facebook sebagai referensi awal dalam menulis berita. Kelebihan yang jelas bisa dirasakan adalah menghemat waktu dalam menghimpun objek pemberitaan. Sedangkan kekurangan dari kegiatan ini adalah kompleksitas informasi. Oleh karenanya perlu dilakukan konfirmasi, klarifikasi serta *crosscheck* kepada berbagai narasumber.



**Figure 8. Proses Crosscheck Narasumber**

*Gatekeeper* pada media baru berperan menghapus, memodifikasi dan menabahkan pesan sebelum disebarluaskan. Hal tersebut yang menjadikan kekuatan kreatif dalam mengolah pesan. Penyeleksian berita oleh wartawan juga merupakan bagian dari peran *gatekeeper*. Sehingga wartawan memiliki fungsi ganda sebagai penyaring informasi dan pembuat pesan yang kreatif untuk disebarluaskan. Selain itu, memiliki peran untuk menyelaraskan pengetahuan audiens agar berita yang

dipublikasikan menjadi berita yang dapat diterima dengan baik.

Aspek yang diperhatikan dalam pengelolaan sumber informasi di facebook berupa gaya bahasa, alur penulisan, kronologi berita serta sudut pandang berita. Proses selanjutnya adalah menyelaraskannya dengan kode etik jurnalistik serta kaidah jurnalistiknya. Kriteria informasi yang diakses sebagai referensi meliputi: bobot informasi yang berdampak sosial, kedekatan konten (*proximity*), kecenderungan media tentang konten pemberitaan, keunikan konten, *extraordinary*, nilai dan berita yang tinggi.

#### **KESIMPULAN**

Wartawan menggunakan facebook sebagai media referensi dalam menyusun berita. Tujuan penggunaannya adalah untuk memperkuat konten dan kualitas dari berita yang akan dipublikasikan. Terdapat dua fitur dalam facebook yang dijadikan sebagai referensi yakni *update* dan grup. Penggunaan fitur grup diklasifikasikan menjadi dua golongan independen dan official. Grup independen yang sering digunakan Info Malang Raya dan Komunitas Peduli Malang Raya. Sedangkan *official* grup yang sering digunakan meliputi BPBD, PLN, POLRESTA, PEMKOT.

Tahapan yang dilakukan untuk pengelolaan informasi antara lain pengecekan, filter, *crosscheck* dan penulisan berita. Fungsi *gatekeeper* diperankan oleh wartawan sebagai filter dan penyelaras kualitas informasi yang diubah menjadi berita. Kriteria informasi yang dapat dijadikan sebagai referensi adalah bobot informasi yang berdampak sosial, kedekatan konten (*proximity*), kecenderungan media tentang konten pemberitaan, keunikan konten,

*extraordinary*, nilai dan berita yang tinggi. Karakteristik masing-masing wartawan sangat berpengaruh terhadap proses pencarian dan sudut pandang dalam mengakses informasi hingga dalam penyajian berita selanjutnya. Begitu juga dengan insting atau sense wartawan berpengaruh terhadap cara melihat informasi di facebook untuk dijadikan sebagai obyek pemberitaan.

#### DAFTAR PUSTAKA

- Adis<sup>19</sup> Gawdy, A. P. (2020). Penggunaan Teknologi Informasi dan Komunikasi dalam Sistem Manajemen Pembelajaran pada masa Pandemi Covid<sup>19</sup>. *ALIGNMENT: Journal of Administration<sup>22</sup> and Educational Management*, 3(1), 1-10. <https://doi.org/10.1017/CBO9781107415324.004>
- <sup>13</sup> Bardoel, J., & Deuze, M. (2001). 'NETWORK JOURNALISM': CONVERGING COMPETENCES OF OLD AND NEW MEDIA PROFESSIONALS. *Jo Bardoel & Mark Deuze*. 23, 91-103.
- <sup>2</sup> Carpenter, S. (2010). A study of content diversity in online citizen journalism and online newspaper articles. *New Media & Society*, 12(7), 1064-1084. <https://doi.org/10.1177/1461444809348772>
- <sup>8</sup> Deswindi, L. (2017). Kecepatan tingkat penerimaan dan perilaku konsumen terhadap produk lama yang mengalami perubahan dan produk inovasi baru dalam upaya memasuki dan merebut pasar. *Business Management Journal*, 3(2).
- <sup>6</sup> Fauzi, R. (2018). Perubahan Budaya Komunikasi pada Pengguna Whatsapp di Era Media Baru. *JIKE: Jurnal Ilmu Komunikasi Efek*, 1(1). <https://doi.org/10.32534/jike.v1i1.44>
- Gemiharto, I. (2015). Teknologi 4G-Lte Dan Tantangan Konvergensi Media Di Indonesia. *Jurnal Kajian Komunikasi*, 3(2), 212-220. <https://doi.org/10.24198/jkk.vol3n2.10>
- <sup>7</sup> Hasibuan, E. B. (2019). *ONLINE CITIZEN JOURNALISM (Studi Kualitatif Tentang Penerapan Fungsi Gatekeeper pada Konten Berita di Grup Facebook Wajah Batam pada Bulan September-Oktober 2018)* [Universitas Mercu Buana Yogyakarta]. <http://eprints.mercubuana-yogya.ac.id/5017/>
- <sup>16</sup> Irawan, R. E. (2014). APLIKASI CITIZEN JOURNALISM DI ERA KONVERGENSI MEDIA. *Humaniora*, 5(9), 816-821. <https://journal.binus.ac.id/index.php/Humaniora/article/view/3137>
- <sup>3</sup> Kurmia, N. (2005). Perkembangan Teknologi Komunikasi dan Media Baru: Implikasi terhadap Teori Komunikasi. *Mediator: Jurnal Komunikasi*, 6(2), 291-296. <https://doi.org/10.29313/mediator.v6i2.1197>
- <sup>10</sup> Mareel, M. M., & Vakaet, L. C. (2012). Wound healing in the primitive deep layer of the young chick blastoderm.



- Virchows *Archivum B Cell Pathology*, 26(1), 147-157. <https://doi.org/10.1007/BF02889544>
- 25 McQuail, D. (2011). *Teori Komunikasi Massa*. Salemba Humanika. 21
- Nuraeni, R. (2017). Peran media sosial dalam tugas jurnalistik. *Jurnal Ilmiah LISKI (Lingkar Studi Komunikasi)*, 3(1), 43-58.
- Paulsen, S., Harder, R. A., Paulussen, S., & Harder, R. A. (2014). Social Media References in Newspapers SOCIAL MEDIA REFERENCES IN Facebook , Twitter and YouTube as sources in newspaper journalism. *Journalism Practice*, July, 37-41. <https://doi.org/10.1080/17512786.2014.894327>
- 12 Pribadi, A. S., Pratiwi, M. M. S., & Brotowidagdo, R. (2011). Motif Afiliasi Pengguna Aktif Facebook. *Proyeksi*, 6(2), 50-57. 1 <https://doi.org/10.30659/p.62.50-57>
- 5 Prihartono, A. W. (2016). Surat Kabar & Konvergensi Media (Studi Deskriptif Kualitatif Model Konvergensi Media Pada Solopos). *Channel*, 4(1), 105-116. 3 <https://doi.org/10.12928/channel.v4i1.4210>
- Rendi, M., & Jauhari, Jaidan, Jauhari, Rifai, A. (2016). Pengembangan Sistem Citizen Journalism Berbasis Website dengan Metode Content Based Filtering. *Annual Research Seminar (ARS)*, 2(1), 291-295. <http://www.seminar.ilkom.unsri.ac.id/index.php/ars/article/view/878/777>
- Setiyaningsih, Lian Agustina; Jatmikowati, S. H. (2019). NEW MEDIA IN COMMODIFICATION. *ETTISAL: Journal of Communication*, 4(1), 25-34. <https://doi.org/10.21111/ettisal.v4i1.3069>
- Social, we are. (2020). *Social Media Use Atound The World*. 20
- Solomon, M. R. (2013). *Consumer Behavior : Buying, Having and Being*, 10thed. Pearson education limited.
- Sopiah, N. (2013). Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Penggunaan Media Facebook. *Jurnal Ilmiah Matrik*, 12(1), 125-174. 24 <https://journal.uui.ac.id/Snati/article/view/2997>
- Straubhaar, Joseph, dan R. L. (2006). *Media Now : Communications Media in The Information Age*. Wadsworth/Thomson Learning.
- Sugiyono. (2017). *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R&D*. Alfabeta.
- Vebrynda, R., Maryani, E., & Abdullah, A. (2017). Konvergensi Dalam Program Net Citizen. *Jurnal Kajian Komunikasi*, 5(1), 53-68. <http://jurnal.unpad.ac.id/jkk/article/view/7432/5720>

# Media Reference Facebook

---

## ORIGINALITY REPORT

---

9%

SIMILARITY INDEX

9%

INTERNET SOURCES

3%

PUBLICATIONS

4%

STUDENT PAPERS

---

## PRIMARY SOURCES

---

1	<a href="http://jurnal.unissula.ac.id">jurnal.unissula.ac.id</a> Internet Source	1%
2	<a href="http://www.redalyc.org">www.redalyc.org</a> Internet Source	1%
3	Submitted to Daegu Gyeongbuk Institute of Science and Technology Student Paper	1%
4	<a href="http://issuu.com">issuu.com</a> Internet Source	1%
5	<a href="http://jurnal.unpad.ac.id">jurnal.unpad.ac.id</a> Internet Source	<1%
6	<a href="http://e-journal.umc.ac.id">e-journal.umc.ac.id</a> Internet Source	<1%
7	<a href="http://eprints.mercubuana-yogya.ac.id">eprints.mercubuana-yogya.ac.id</a> Internet Source	<1%
8	<a href="http://jurnal.fp.unila.ac.id">jurnal.fp.unila.ac.id</a> Internet Source	<1%
9	<a href="http://www.coursehero.com">www.coursehero.com</a> Internet Source	<1%

---

10	<a href="http://dev.biologists.org">dev.biologists.org</a> Internet Source	<1 %
11	<a href="http://library.binus.ac.id">library.binus.ac.id</a> Internet Source	<1 %
12	<a href="http://repository.usd.ac.id">repository.usd.ac.id</a> Internet Source	<1 %
13	Submitted to Curtin University of Technology Student Paper	<1 %
14	<a href="http://sinta3.ristekdikti.go.id">sinta3.ristekdikti.go.id</a> Internet Source	<1 %
15	<a href="http://digilib.unila.ac.id">digilib.unila.ac.id</a> Internet Source	<1 %
16	<a href="http://research.binus.ac.id">research.binus.ac.id</a> Internet Source	<1 %
17	<a href="http://worldwidescience.org">worldwidescience.org</a> Internet Source	<1 %
18	<a href="http://eprints.iain-surakarta.ac.id">eprints.iain-surakarta.ac.id</a> Internet Source	<1 %
19	<a href="http://journal.ipm2kpe.or.id">journal.ipm2kpe.or.id</a> Internet Source	<1 %
20	<a href="http://dba.ieu.edu.tr">dba.ieu.edu.tr</a> Internet Source	<1 %
21	<a href="http://journals.telkomuniversity.ac.id">journals.telkomuniversity.ac.id</a> Internet Source	<1 %

22 [www.macrothink.org](http://www.macrothink.org) <1 %  
Internet Source

---

23 [etheses.whiterose.ac.uk](http://etheses.whiterose.ac.uk) <1 %  
Internet Source

---

24 [informatika.uin-suka.ac.id](http://informatika.uin-suka.ac.id) <1 %  
Internet Source

---

25 [library.upnvj.ac.id](http://library.upnvj.ac.id) <1 %  
Internet Source

---

26 [tembakikango88bet.online](http://tembakikango88bet.online) <1 %  
Internet Source

---

Exclude quotes Off

Exclude matches Off

Exclude bibliography Off