

BAB I

PENDAHULUAN

1.1. Latar Belakang Masalah

Fenomena jurnalisme positif muncul sebagai respons terhadap dominasi berita negatif dalam media arus utama terutama di Indonesia. Konsep ini mulai mendapat perhatian dengan meningkatnya kesadaran akan dampak psikologis dari paparan berita negatif. Jurnalisme positif bertujuan untuk menyoroti harapan, solusi, dan dampak membangun, berbeda dengan jurnalisme tradisional yang sering kali menekankan konflik dan masalah. Kehadiran jurnalisme positif bukan sekadar menyajikan berita bagus, namun mengacu pada objektivitas serta menyampaikan berita apa adanya dengan pemecahan alternatif masalah agar memberikan pandangan baru bagi masyarakat (Firdausi & Setianingrum, 2018).

Hal tersebut berhubungan dengan keadaan beberapa tahun terakhir, dimana banyak pemberitaan yang beredar berfokus pada konflik, kriminalitas, ketegangan politik, serta berbagai peristiwa yang memicu kecemasan dan ketakutan. Hal ini berdampak pada pola konsumsi informasi, di mana audiens mulai mengalami kelelahan informasi akibat terus-menerus terpapar berita yang memberikan dampak emosional negatif. Penerapan jurnalisme positif menjadi penting bagi media saat ini karena potensinya hadir untuk mengatasi keterbatasan dan dampak negative terkait jurnalisme tradisional (Dhiman, 2023). Pendekatan ini dapat meningkatkan kepercayaan publik terhadap media, terutama dalam era di mana berita sensasional dan negatif mendominasi, menyajikan konten yang membangun dan solutif dapat memperkuat hubungan antara media dan audiensnya. Jurnalisme positif juga bisa mendorong masyarakat untuk berpartisipasi aktif dalam menyelesaikan permasalahan sosial dengan solusi yang efektif serta membangun optimisme. Pendekatan ini tidak hanya memberikan sudut pandang yang lebih membangun, tetapi juga berpotensi menciptakan dampak positif yang lebih luas di masa mendatang (Putricantika & Virliya, 2022).

Jurnalisme positif atau yang dikenal sebagai jurnalisme konstruktif muncul sebagai alternatif dengan tujuan tidak hanya berfokus memberitakan sebuah masalah, tetapi juga pada pembuatan solusi, perkembangan positif, dan tanggapan

yang membangun terhadap tantangan sosial (Dhiman, 2023). Melalui pendekatan ini bisa memberikan gambaran yang lebih seimbang baik tentang sebuah permasalahan sehingga dapat membangun optimisme dan mendorong perubahan sosial yang positif. Di Indonesia, tren jurnalisme positif mulai terlihat sejak pertengahan 2010-an, ditandai dengan munculnya media daring seperti Times Indonesia yang secara eksplisit menerapkan konsep ini dalam lini redaksionalnya.

Dalam penelitian ini menggunakan beberapa prinsip utama jurnalisme positif yang sesuai dengan pengemasan berita di akun @olenkanews. Di antaranya pendekatan berbasis solusi, yang tidak hanya memaparkan masalah, tetapi juga solusi yang diterapkan; pelaporan berbasis data dan fakta untuk memastikan informasi yang akurat dan kredibel; serta analisis mendalam dan kontekstual guna menggali akar masalah dan berbagai alternatif solusi. Selain itu, penceritaan berpusat pada manusia diutamakan untuk membangun kedekatan emosional audiens, diikuti prinsip keseimbangan informasi yang tetap adil dan objektif. Jurnalisme positif juga menyajikan berita secara inspiratif dan interaktif, mendorong partisipasi masyarakat, serta menjunjung akuntabilitas dan transparansi terhadap dampak dan proses perubahan yang diberitakan. Prinsip-prinsip ini menjadi pedoman dalam menganalisis konten @olenkanews dalam penelitian ini.

Salah satu akun media yang secara aktif memanfaatkan media sosial sebagai platform dalam penyebaran beritanya adalah @olenkanews. Olenka news memiliki berbagai media sosial yang digunakan seperti Youtube, TikTok, situs web, Instagram dan X/Twitter. Namun, akun tersebut lebih sering dan intens menggunakan Instagram sebagai platform utama yang digunakan dalam menyebarkan beritanya. Olenka news melihat bahwa Instagram merupakan platform yang banyak digunakan oleh masyarakat Indonesia sehingga menjadi peluang yang baik untuk mengunggah atau menyebarkan informasi yang positif dan bermanfaat (Cahyo, 2025).



Gambar 1. 1. Instagram @olenkanews

Olenka news didirikan sejak 29 Desember 2023. Maka @olenkanews hadir sebagai akun media berita yang menjadi alternatif bagi mereka dalam mencari informasi. Target audiens yang disasar oleh @olenkanews berusia 30 tahun keatas sehingga @olenkanews berinisiatif untuk membuat konten berita dengan menampilkan tokoh-tokoh inspiratif, sesuai dengan target audiens yang disasar (Cahyo, 2025). Nama olenka sendiri diambil dari sebuah novel karya Budi Dharma yang berjudul Olenka dengan arti suci dan bersih, hal ini sesuai dengan komitmen awal saat olenka didirikan yaitu sebagai media berita yang menyajikan informasi positif dan bermanfaat (Cahyo, 2025).

Akun @olenkanews berperan aktif dalam menyajikan berbagai peristiwa yang terjadi di Indonesia menjadikannya tetap relevan meskipun menggunakan sudut pandang yang berbeda dari kebanyakan media berita di Indonesia (Cahyo, 2025). Dengan melakukan pendekatan jurnalisme positif, akun ini terus mencoba berperan sebagai sumber berita informatif, positif sekaligus inspiratif bagi para pengikutnya. Visi olenka adalah ingin menjadi media berita yang memberikan manfaat dan kebaikan pada masyarakat pembaca melalui jurnalisme berkualitas dan bertanggung jawab (Cahyo, 2025), sedangkan misi olenka ingin menegakkan prinsip *good news is a good news* dalam menyajikan beritanya, menghasilkan produk multimedia yang adaptif terhadap perubahan zaman dan relevan dengan

masyarakat pembaca, menciptakan dan menyajikan konten yang berkualitas, bertanggung jawab, dan berpegang pada kode etik (Cahyo, 2025).

Dari hasil pengamatan awal peneliti akun @olenkanews sudah memposting sebanyak 1.838 selama satu tahun berjalan, sejak Desember 2023 sampai Maret 2025. Saat ini, Jumlah pengikut akun Instagram @olenkanews sebanyak 223rb pengikut dan masih terus bertumbuh. Berangkat dari visi misi yang sudah dijelaskan sebelumnya, maka @olenkanews berperan sebagai media berita yang ingin menyajikan konten yang berisi fakta melalui pandangan positif. Maka dari itu, olenka menggunakan pendekatan jurnalisme positif karena berupaya memberikan berita ataupun informasi yang disajikan bisa menyebarkan kebaikan, bertanggung jawab dan bermanfaat bagi audiens mereka di Instagram.

Alasan @olenkanews menggunakan instagram karena Instagram adalah sebuah aplikasi berbagi foto dan video yang memfasilitasi penggunaanya untuk mengambil foto atau video, menerapkan filter dan membagikannya (Nurudin, dkk. 2020). Instagram memiliki fitur-fitur dalam bentuk carousel, video singkat (reels) dan fitur kolaborasi dengan pengguna lainnya. Penggunaan Instagram oleh media berita didorong oleh perubahan pola konsumsi informasi masyarakat, meningkatnya penggunaan ponsel pintar, serta kecenderungan masyarakat dalam mengakses berita melalui format yang lebih visual dan ringkas. Awalnya instagram dikenal sebagai platform berbagi foto dan video, Instagram kini telah berkembang menjadi wadah yang juga digunakan untuk memperoleh informasi dan hiburan (Izzulhaq, 2024). Fitur Instagram seperti reels memberi ruang bagi media untuk menyajikan berita secara dinamis dan menarik karena dapat menyajikan informasi secara menyeluruh dengan waktu yang relative singkat. Dari ketiga fitur tersebut, reels atau video pendek menjadi format yang sering digunakan @olenkanews dalam penyajian beritanya. Hal tersebut digunakan agar informasi yang disampaikan tepat sasaran maka perlu memilih media dan sumber berita yang relevan dengan target audiens. Dengan demikian, reels yang saat ini populer karena mampu menyajikan informasi secara ringkas, menarik, dan mudah dicerna oleh pengguna.

Berdasarkan hasil pengamatan pada tahap awal penelitian, peneliti mengidentifikasi beberapa konten yang paling menarik perhatian publik dalam kurun waktu pengamatan yang telah ditetapkan, yaitu sejak 1 Januari 2024 hingga

31 Januari 2025. Selama periode tersebut, akun Instagram @olenkanews telah mengunggah sebanyak 947 postingan dalam format reels. Jumlah Konten Berita yang cukup besar ini menunjukkan konsistensi akun @olenkanews dalam memproduksi dan mendistribusikan konten secara aktif kepada audiensnya dengan pendekatan jurnalisme positif.

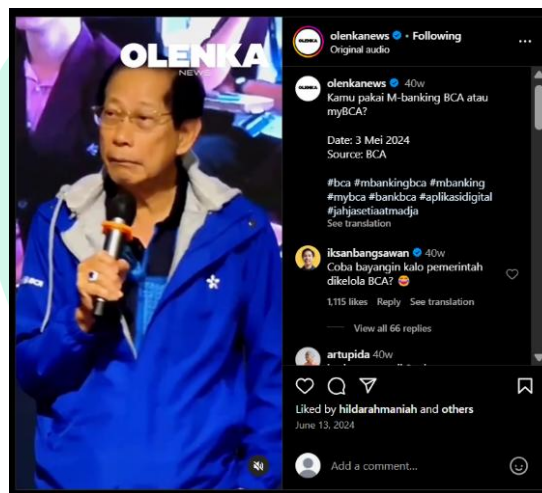
Tabel 1. 1. *Tabel pengamatan awal konten berita @olenkanews*

No	Bulan	Judul	Narasumber	Views
1.	Januari 2024	PDIP Janji Beri Insentif kepada Guru Agama	Puan Maharani	1.5Jt
2.	Februari 2024	Menanamkan Nilai Integritas di Pengelola Keuangan Negara	Sri Mulyani,	1.2jt
3.	Maret 2024	Prabowo Tegaskan Pentingnya Program Food Estate	Prabowo Subiyanto	676rb
4.	April 2024	Rutinitas Harian Orang Terkaya di Indonesia Dato Sri Tahir	Dato Sri Tahir	2.7jt
5.	Mei 2024	Kisah Jonan Urus Toilet di Gerbong Kereta Api	Ignasius Jonan	3.9jt
6.	Juni 2024	Alasan BCA Miliki Dua Aplikasi Digital M-Banking dan mybca	Jahja Setiaatmadja	6.1jt
7.	Juli 2024	Tentang Nama dan Tanah Kelahiran Dato Sri Tahir	Dato Sri Tahir	300rb
8.	Agustus 2024	Pesan Rhenald Kasali: Jangan Lembek Pakai Alasan Insecure	Rhenald Kasali	2.6jt
9.	September 2024	Kisah Hary Tanoe Mulai Usaha di Jakarta dengan Modal Kecil	Hary Tanoe Soedibjo	1.5jt
10.	Oktober 2024	Kenapa Amerika Bisa Bebas Printing Money Tanpa Khawatir Inflasi	Sri Mulyani	910rb
11.	November 2024	Cerita Hary Tanoe: Jual Beli Company: Dari Bentoel Hingga Indovision	Hary Tanoe Soedibjo	1.8jt
12.	Desember 2024	Mendorong Kecerdasan Komunikasi dan Sosial	Rhenald Kasali	1.6jt
13.	Januari 2025	Jangan Manja: Kalau Mau Tahan Banting, Harus Siap Terbanting	Armand Hartono	3.4jt

Sumber: Olahan Peneliti, 2025

Berdasarkan tabel di atas, dapat terlihat konten yang diunggah oleh @olenkanews banyak menyajikan konten dengan narasumber tokoh terkenal, inspiratif dari kalangan pengusaha dan pejabat publik Indonesia. konten ini disajikan dengan tujuan untuk menarik minat audiens serta menyesuaikan dengan preferensi mereka. Selain itu, pemilihan konten juga didasarkan pada respons yang

diberikan oleh pengikut akun @olenkanews, yang didukung dengan angka views pada setiap postingannya. Pemilihan konten diatas berdasarkan jumlah interaksi yang paling banyak dalam setiap bulannya dan bisa mewakili dari keseluruhan konten berita keseluruhan dalam periode penelitian. Pengemasan konten yang dilakukan seperti yang terlihat @olenkanews menggunakan narasi yang membangun semangat, menginspirasi dan terdapat ruang diskusi didalamnya, sehingga pengguna dapat menanggapi dengan berdiskusi bersama di kolom komentar. Beberapa konten Berita tersebut juga menunjukkan bahwa @olenkanews memang menggunakan pendekatan jurnalisme positif untuk berita yang disajikan.



Gambar 1. 2. Konten Berita Reels Instagram @olenkanews

Gambar 1. 2. merupakan konten yang mendapatkan banyak perhatian besar dari publik yaitu konten reels mengenai Jahja Setiaatmadja, CEO Bank BCA saat ini. Konten tersebut membahas alasan di balik keputusannya dalam mengembangkan dua aplikasi perbankan, yaitu m-BCA dan myBCA. Topik ini memicu ketertarikan dari audiens yang terlihat dari banyaknya respons di kolom komentar. Sebagian besar komentar menunjukkan apresiasi terhadap cara Jahja Setiaatmadja dalam menjawab pertanyaan dengan singkat, jelas dan lugas. Hal ini juga menunjukkan bagaimana kehadiran figur publik dengan komunikasi yang efektif dapat meningkatkan engagement serta membangun hubungan yang lebih erat antara institusi keuangan dan nasabahnya. Faktor lain juga terlihat dari jumlah views yang diperoleh yaitu sebanyak 6.1jt views. Konten ini menjadi bukti bahwa @olenkanews tidak hanya berupaya memberikan dorongan semangat kepada

audiensnya tetapi juga mengajak mereka untuk berpikir lebih optimis dalam menghadapi tantangan hidup, serta menunjukkan konsistensi dari tujuan awal akun @olenka didirikan.



Gambar 1. 3. Konten Berita Reels Instagram @olenkanews

Gambar 1.3. Merupakan konten kedua yang mendapatkan banyak perhatian besar dari publik yaitu konten reels mengenai Ignasius Jonan yang sebelumnya dikenal sebagai Direktur Utama PT Kereta Api Indonesia (KAI) tahun 2009-2014. Konten tersebut membahas alasan rutinitas sehari-hari yang dilakukan beliau selama bekerja di PT KAI. Topik ini menarik minat audiens karena memberikan wawasan langsung mengenai bagaimana seorang pemimpin berpengaruh menjalankan aktivitas sehari-harinya dalam menghadapi tantangan di dunia kerja. Selain itu, cerita yang diangkat dalam konten tersebut dapat menjadi sumber inspirasi bagi banyak orang, terutama bagi mereka yang ingin mengadopsi etos kerja dan cara kepemimpinan yang baik. Respons audiens terlihat dari tingginya jumlah interaksi dalam bentuk views serta komentar pada konten tersebut oleh pengguna Instagram lainnya. Hal ini menunjukkan bahwa publik memiliki ketertarikan terhadap figur pemimpin yang memiliki integritas, dedikasi tinggi, serta kontribusi nyata dalam pembangunan di Indonesia.

Dengan adanya konten seperti ini, akun @olenkanews berhasil menghadirkan informasi yang tidak hanya bersifat informatif, tetapi juga edukatif dan menginspirasi. Hal ini sejalan dengan konsep jurnalisme positif, di mana pemberitaan tidak hanya berfokus pada peristiwa negatif atau kontroversial. Lebih lanjut menjadi alternatif lain dari sebuah pandangan dalam dunia jurnalistik berupa *bad news is a good news* yang dianggap efektif untuk menarik perhatian publik.

Padahal media mempunyai kekuasaan untuk mempengaruhi pandangan publik. Pemberitaan media massa, khususnya media online, memiliki kemampuan untuk membentuk opini publik dengan menonjolkan aspek-aspek tertentu dari sebuah isu (Mulyana, 2023).

Di Indonesia, selain Olenka News, terdapat berbagai media alternatif yang mengadopsi pendekatan jurnalisme positif dalam penyajian kontennya. Media tersebut adalah Good News From Indonesia (GNFI) dan TIMES Indonesia. Olenka News memiliki diferensiasi tersendiri dibandingkan GNFI dan TIMES Indonesia. Salah satu perbedaan utamanya terletak pada pemilihan topik serta tokoh yang diangkat dalam pemberitaan, Olenka News mengambil pendekatan yang berbeda dengan lebih fokus mengupas kisah dari tokoh-tokoh inspiratif serta membangun. Olenka News tidak terikat pada isu-isu yang sedang viral atau peristiwa yang bersifat aktual serta terkini, tetapi mengulik lebih dalam terhadap pengalaman, pemikiran, serta perjalanan hidup tokoh inspiratif yang memiliki pengaruh positif di berbagai bidang dengan angle yang bermanfaat (Lestari, 2025).

Tabel 1.2. Perbandingan media dengan pendekatan jurnalisme positif

No	Nama Media	Jumlah Konten	Jumlah Follower	Tema Konten	Narasumber Konten
1.	Olenka News	1.838	233ribu	Kisah inspiratif	Pengusaha, dan Pejabat Publik Indonesia.
2.	Good News From Indonesia (GNFI)	29.361	1.2M	Isu Sosial, dan Politik	Masyarakat, Tokoh Inspiratif, dan Pemerintah.
3.	TIMES Indonesia	23.257	136ribu	Isu Sosial	Masyarakat, Pejabat Publik Luar Negeri, dan pejabat publik Indonesia.

Sumber: Olahan Peneliti, 2025

Bedasarkan tabel diatas, bisa dilihat perbedaan pada setiap media yang menggunakan pendekatan jurnalisme positif di Indonesia. Terdapat perbedaan karakteristik di antara ketiga media dalam menerapkan pendekatan jurnalisme positif. Olenka News lebih banyak menampilkan *kisah inspiratif* dengan fokus kepada figur-figur seperti pengusaha dan pejabat publik di Indonesia. Media ini

memiliki jumlah konten yang relatif sedikit dibandingkan dua media lainnya, dengan audiens berjumlah 233 ribu pengikut, dan mengedepankan sisi human interest dari narasumber yang diangkat.

Sementara itu, Good News From Indonesia (GNFI) memiliki cakupan tema yang lebih luas, yakni seputar *isu sosial dan politik*, dengan narasumber yang berasal dari kalangan masyarakat umum, tokoh inspiratif, hingga pemerintah. GNFI menjadi media dengan jumlah pengikut terbesar di antara ketiganya, mencapai 1,2 juta, serta unggahan konten yang jauh lebih banyak. Media ini berfokus menyajikan beragam berita positif tentang Indonesia dari berbagai sektor.

Berbeda dengan kedua media sebelumnya, TIMES Indonesia lebih berfokus pada isu sosial, dengan narasumber utama dari kalangan masyarakat dan pejabat. Media ini memiliki jumlah konten cukup banyak dan audiens berjumlah 156 ribu pengikut. TIMES Indonesia lebih sering menghadirkan berita sosial-informatif yang memberikan informasi positif tentang peristiwa sosial di lingkungan sekitar.

Dari perbandingan tersebut, dapat disimpulkan bahwa perbedaan terlihat terletak pada fokus tema konten, keberagaman narasumber, dan cakupan audiens. Olenka News bersifat personal dan inspiratif, GNFI berskala nasional dengan beragam isu positif, sementara TIMES Indonesia bersifat sosial-informatif dengan cakupan berita yang membangun lingkungan masyarakat.

Pendekatan yang dilakukan oleh @olenkanews memungkinkan konten yang dihasilkan bersifat timeliness, artinya tetap relevan dan bermanfaat meskipun dikonsumsi dalam waktu yang berbeda dari saat pertama kali dipublikasikan. Pendekatan ini sejalan dengan tujuan utama jurnalisme positif, yakni menginspirasi, memberikan harapan, serta menghadirkan narasi yang membangun, tanpa terjebak pada sensasionalisme atau berita yang hanya berorientasi pada tren sesaat (Lestari, 2025). Lebih lanjut, Lestari yang merupakan tim redaksi Olenka News mengatakan bahwa @olenkanews berupaya menghadirkan konten yang bersifat timeless, namun tetap relevan dalam situasi dan kondisi terkini (Lestari, 2025).

Berdasarkan pemaparan tersebut, dalam penelitian menggunakan pendekatan kualitatif dengan metode analisis isi merupakan pendekatan yang digunakan untuk memahami dan menginterpretasikan makna dari komunikasi atau teks dalam konteks tertentu. Analisis isi kualitatif menekankan pada pemaknaan isi

komunikasi, pembacaan simbol, serta interpretasi interaksi simbolis yang terjadi dalam komunikasi (Apriliani, 2021). Metode ini memungkinkan peneliti untuk mengeksplorasi perspektif guna memahami dan memberikan makna pada karakteristik isi pesan, dan keadaan tertentu. Paradigma dari penelitian ini menggunakan paradigma post positivisme yang memungkinkan analisis lebih mendalam terhadap fenomena yang diamati (Haryono, 2020). Metode analisis ini digunakan dalam penelitian karena ingin melihat bagaimana penegemasan berita dengan pendekatan jurnalisme positif melalui media sosial Instagram oleh @olenkanews selama periode 1 Januari 2024 hingga 31 Januari 2025. Periode penelitian dipilih karena dalam rentang waktu tersebut peneliti bisa melihat pola pengemasan konten yang ada di akun @olenkanews serta dalam kurun waktu tersebut di Indonesia sendiri sedang melaksanakan pemilu presiden tahun 2024, maka media arus utama rentan sekali memberitakan isu-isu negatif dan panas. Dalam penelitian fokus penelitiannya terdapat pada Konten Berita reels sebanyak 947 konten yang akan dianalisis dengan analisis isi kualitatif menggunakan tema berita, sumber berita, jenis berita, nilai berita, dan nada berita. Begitu juga dalam penelitian ini unit analisis merupakan Konten Berita reels yang mengangkat tentang motivasi dan cerita inspiratif dari tokoh-tokoh terkenal sebagai unit penelitian.

Adapun tinjauan literatur yang digunakan dalam penelitian ini terdiri atas tiga penelitian terdahulu yang memiliki kesamaan pada konsep penelitian. Pertama berjudul "Penerapan Jurnalisme Positif dalam Media Online (Studi Kebijakan Redaksional pada Times Indonesia), ditulis oleh (Firdausi dan Setianingrum, 2018) dengan temuan yang diperoleh adalah menunjukkan bahwa Times Indonesia menerapkan jurnalisme positif dengan cara memainkan pengambilan angle sebuah cerita sehingga dapat menghasilkan sudut pandang yang lebih luas karena dilakukan dengan secara rutin dan prosedur yang jelas.

Tinjauan literatur Kedua, Penelitian yang dilakukan oleh (Putricantika dan Virliya, 2022) menemukan bahwa Beritabaik.id berhasil menerapkan jurnalisme positif melalui Instagram. Media ini secara konsisten menyajikan konten inspiratif, inovatif, dan sosial yang membangun, dengan memanfaatkan fitur seperti *stories*, *reels*, dan *IGTV* untuk meningkatkan keterlibatan audiens. Penelitian ini juga menyoroti tantangan dalam mempertahankan relevansi di tengah dominasi berita

sensasional. Beritabaik.id perlu terus beradaptasi dengan tren media sosial agar tetap menarik bagi audiens, terutama generasi muda. Secara keseluruhan, penelitian ini menegaskan bahwa media sosial dapat menjadi alat efektif dalam menyebarkan jurnalisme positif dan membangun dampak positif bagi masyarakat.

Penelitian dengan judul Penguatan *Hubbul Wathan* Dalam Praktik Jurnalisme Positif Berwawasan Keindonesiaan Pada Media Good News From Indonesia, ditulis oleh (Umami, 2023) menemukan bahwa Good News From Indonesia (GNFI) secara konsisten mengusung narasi penguatan *Hubbul Wathan* atau rasa nasionalisme dalam pemberitaannya. GNFI menerapkan jurnalisme positif dengan menyajikan berita-berita yang menonjolkan capaian bangsa, inovasi anak negeri, serta nilai-nilai kebangsaan yang dapat membangun optimisme masyarakat terhadap Indonesia. Metode penelitian yang digunakan dalam studi ini adalah pendekatan kualitatif dengan metode analisis isi, dimana memiliki kesamaan dengan penelitian ini. Temuan penelitian menunjukkan bahwa GNFI tidak hanya berfungsi sebagai media informasi, tetapi juga sebagai sarana edukasi dan motivasi bagi masyarakat,

Berdasarkan penjelasan latar belakang di atas, penelitian ini memiliki keterkaitan dengan konsep dan tiga penelitian terdahulu. Objek penelitian ini mencakup pengemasan konten berita Instagram dengan pendekatan jurnalisme positif. Kebaruan dalam penelitian meliputi konten berita Instagram yang di konten berita dalam format reels oleh akun @olenkanews dalam menyajikan pemberitaan yang positif dengan periode 1 Januari 2024 sampai dengan 31 Januari 2025. Maka judul yang diangkat yaitu "Pengemasan Konten Berita Instagram oleh Media Berita dengan Pendekatan Jurnalisme Positif (Analisis Isi Kualitatif pada Konten Berita @olenkanews Periode 1 Januari 2024 - 31 Januari 2025)".

1.2. Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang yang sudah dijelaskan maka peneliti merumuskan masalah yaitu bagaimana pengemasan pesan konten berita Instagram oleh media berita dengan menggunakan pendekatan jurnalisme positif pada akun Instagram @olenkanews 1 Januari 2024 - 31 Januari 2025 dengan penjabaran pertanyaan penelitian berikut:

1. Apa saja tema-tema konten berita dengan pendekatan jurnalisme positif seperti apa yang ada di Instagram @olenkanews?
2. Siapa narasumber konten berita dengan pendekatan jurnalisme positif pada Instagram @olenkanews?
3. Jenis berita apa yang ditemukan pada konten berita dengan pendekatan jurnalisme positif pada Instagram @olenkanews?
4. Nilai berita apa yang ditemukan pada konten berita dengan pendekatan jurnalisme positif pada Instagram @olenkanews?
5. Nada berita apa yang ditemukan pada konten berita dengan pendekatan jurnalisme positif pada Instagram @olenkanews?

1.3. Tujuan Penelitian

Tujuan dari penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Mengetahui tema-tema konten berita dengan pendekatan jurnalisme positif seperti apa yang ada di Instagram @olenkanews.
2. Mengetahui siapa narasumber konten berita dengan pendekatan jurnalisme positif pada Instagram @olenkanews.
3. Mengetahui jenis berita apa yang ditemukan pada konten berita dengan pendekatan jurnalisme positif pada Instagram @olenkanews.
4. Mengetahui nilai berita apa yang ditemukan pada konten berita dengan pendekatan jurnalisme positif pada Instagram @olenkanews.
5. Mengetahui nada berita apa yang ditemukan pada konten berita dengan pendekatan jurnalisme positif pada Instagram @olenkanews.

1.4. Manfaat Penelitian

Adapun manfaat dalam penelitian ini dibagi menjadi 2, yaitu:

1.4.1. Manfaat Akademis

Secara akademis, penelitian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi pada bidang komunikasi dan jurnalisme, antara lain:

1. Memperkaya kajian dibidang jurnalisme online dengan metode penelitian analisis isi kualitatif.

2. Memperkaya pengetahuan tentang pengemasan konten berita dengan pendekatan jurnalisme positif.

1.4.2. Manfaat Praktis

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat praktis bagi berbagai pihak, antara lain:

1. Menjadi masukan bagi pengelola media mengenai pengemasan konten berita media sosial dengan pendekatan jurnalisme positif.
2. Dapat membuka wawasan bagi khalayak berita mengenai jurnalisme positif sebagai antitesa *bad news is good news* dalam konteks industri media digital.

