

BAB II TINJAUAN PUSTAKA

2.1. Penelitian Terdahulu

Tabel 2. 1. *Tabel Penelitian Terdahulu*

No	Judul Penulis Tahun	Afiliasi Universitas	Metode Penelitian	Kesimpulan	Saran	Perbedaan
1.	Penerapan Jurnalisme Positif Dalam Media Online (Studi Kebijakan Redaksional Pada Times Indonesia). Asmarani Hana Firdausi & Vinda Maya Setianingrum, S.Sos., M.A. 2018.	Universitas Negeri Surabaya	Dalam penelitian ini menggunakan Metode analisis kualitatif deskriptif	Dalam penelitian ini menunjukkan hasil bahwa Times Indonesia menerapkan jurnalisme positif dengan cara memainkan pengambilan angle sebuah cerita sehingga dapat menghasilkan sudut pandang yang lebih luas.	Saran untuk penelitian selanjutnya yakni penelitian dapat dilakukan dengan fokus penelitian pada pengemasan berita yang dilakukan.	Perbedaan dengan penelitian ini terletak pada unit analisis yang menggunakan konten berita dalam media Instagram.
2.	Penggunaan Media Sosial Instagram oleh Media Daring Beritabaik.id dalam Upaya Jurnalisme Positif. Putricantika dan Virliya. 2022.	UIN Sunan Gunung Djati Bandung	Dalam penelitian ini menggunakan metode kualitatif	Dalam penelitian ini ditemukan temuan yaitu penggunaan media sosial oleh Beritabaik.id dalam mengupayakan jurnalisme positif sudah terlaksana	Saran untuk penelitian selanjutnya bisa dilakukan secara kuantitatif dengan fokus pengemasan konten di media sosial yang lain seperti tiktok.	Perbedaan dengan penelitian ini terletak pada unit analisis yang hanya menggunakan Konten Berita dengan fitur reels.
3.	Penguatan Hubbul Wathan Dalam Praktik Jurnalisme Positif Berwawasan Keindonesiaan Pada Media Good News From Indonesia, ditulis oleh Zakiatul Umami, 2023	Universitas Islam Negeri K.H. Abdurrahman Wahid Pekalongan	Dalam penelitian ini menggunakan paradigma konstruktivisme dan pendekatan penelitian kualitatif metode analisis wacana Mikrostruktural Norman Fairclough.	Dalam penelitian ini mendapatkan temuan bahwa Good News From Indonesia mengorbitkan narasi penguatan Hubbul Wathan melalui praktik jurnalisme positif dalam pemberitaannya.	Saran untuk penelitian selanjutnya, yakni melakukan dengan metode analisis isi kualitatif untuk meneliti secara detail seputar pengemasan penulisan berita tentang topik yang sama.	Perbedaan dari penelitian ini terletak dari metode, objek yang diteliti.

Sumber: Olahan Peneliti, 2025

Ada perbedaan dan kesamaan dalam tinjauan literatur sebelumnya yang peneliti temukan. Seperti pada penelitian dengan judul “Penerapan Jurnalisme Positif Dalam Media Online (Studi Kebijakan Redaksional Pada Times Indonesia)”

oleh Asmarani Hana Firdausi & Vinda Maya Setianingrum, S.Sos., M.A. Dalam tinjauan literatur mengambil fokus pada pemberitaan dari media online Times Indonesia, sedangkan pada penelitian ini mengambil fokus penelitian pada konten berita akun @olenkanews di Instagram. Selain itu, terdapat perbedaan konsep namun dengan kesamaan pendekatan yang digunakan, pada penelitian terdahulu melihat bagaimana kebijakan redaksional TIMES Indonesia bisa mempengaruhi penerapan jurnalisme positif. Sedangkan pada penelitian ini melihat apa bentuk tema, sumber, jenis, nilai dan nada berita pada konten yang disajikan dengan pendekatan jurnalisme positif.

Penelitian terdahulu dengan judul “Penggunaan Media Sosial Instagram oleh Media Daring Beritabaik.id dalam Upaya Jurnalisme Positif” oleh Putricantika dan Virliya. Terdapat perbedaan pada objek penelitian dan konsep yang digunakan. Konsep yang digunakan pada penelitian tersebut yaitu Analisa dengan teori difusi inovasi yang dikemukakan oleh Everret M. Rogers, namun dalam penelitian ini memakai konsep analisis isi dengan menggunakan tema, sumber, nilai, jenis dan nada berita.

Penelitian terdahulu dengan judul “Penguatan Hubbul Wathan Dalam Praktik Jurnalisme Positif Berwawasan Keindonesiaan Pada Media Good News From Indonesia” oleh Zakiatul Umami. Perbedaannya dengan penelitian ini pada objek penelitian mengenai praktik jurnalisme positif pada media Good News from Indonesia. Sedangkan pada penelitian ini menggunakan konten berita dalam media Instagram sebagai objek yang diteliti dengan pendekatan jurnalisme positif. Sehingga dalam penelitian ini akan mengembangkan penelitian terdahulu dengan perbedaan objek yang diteliti.

2.2. Teori dan Konsep

2.2.1. Jurnalisme Online

Jurnalistik online merupakan proses peliputan, penulisan, dan penyebarluasan informasi atau berita melalui media internet, terutama situs web atau portal berita. Jurnalisme online merupakan bentuk terbaru dalam dunia jurnalistik yang menghadirkan berbagai keunggulan dibandingkan dengan

jurnalisme tradisional. Dengan memanfaatkan teknologi digital dan internet, jurnalisme online membuka peluang baru dan lebih luas dalam penyebaran berita secara cepat, interaktif, dan dapat menjangkau audiens yang lebih besar tanpa terbatas oleh ruang dan waktu. Kehadirannya telah menghadirkan era baru dalam industri media, di mana informasi dapat diakses secara real-time dan disajikan dalam berbagai format yang lebih menarik.

Perkembangan teknologi digital telah mendorong transformasi dalam praktik jurnalistik, memungkinkan distribusi konten yang lebih cepat dan luas melalui internet. Jurnalisme online memungkinkan penyampaian berita secara real-time. Selain itu, jurnalistik online dapat mengintegrasikan berbagai format media seperti teks, gambar, audio, dan video, sehingga memberikan pengalaman yang lebih interaktif bagi pembaca. Jurnalisme online atau disebut juga dengan *cyber journalism* atau Jurnalistik internet merupakan proses peliputan, penyebarluasan penulisan berita atau berita melalui media internet (Romli, 2018). Dalam penelitian ini melihat bagaimana jurnalisme online mengemas berita online mengenai sebuah peristiwa dengan pendekatan jurnalisme positif khususnya yang dilakukan oleh akun @olenkanews.

2.2.2. Media Sosial Sebagai Platform Berita Online

Dalam era serba digital, perkembangan media baru seperti media sosial yang menghadirkan inovasi dalam cara kita berinteraksi dan menyampaikan informasi. Menurut Romli (2018), definisi media sosial merupakan sebuah media online tempat dimana para penggunanya bisa bertukar informasi, berpartisipasi dan menciptakan isi melalui jejaring sosial, forum, wiki dan dunia virtual. Dengan begitu media sosial bisa berfungsi sebagai platform berita online.

Baik media konvensional atau pun media online seperti media sosial, setiap media pasti memiliki karakteristiknya sendiri yang bisa dijadikan pembeda bagi satu sama lain. Berdasarkan Yusmanizar dalam Marcella, (2025) Media sosial memiliki karakteristik sebagai berikut:

1. Partisipasi,

Media sosial mendorong adanya kontribusi feedback atau timbal balik dari followers yang tertarik dengan konten yang dibagikan melalui media sosial. Dalam konteks penelitian ini adalah konten berita pada akun olenka news.

2. Keterbukaan

Media sosial membuka ruang interaksi seperti fitur komentar yang memungkinkan adanya pertukaran informasi antar pengguna.

3. Percakapan

Media sosial memungkinkan adanya percakapan atau interaksi komunikasi timbal balik dan dua arah antar penggunanya.

4. Konektivitas

Salah satu keunggulan media sosial karena bisa memanfaatkan berbagai jejaring ke situs web, kecepatan sumber informasi baik dari media lain maupun informasi dari masyarakat sendiri.

Media sosial menawarkan berbagai fitur dan kegunaan yang dapat memudahkan penggunanya untuk mengakses segala informasi yang dicari. Seperti Instagram yang merupakan salah satu platform yang berfungsi sebagai sarana interaksi dan berbagi konten serta informasi bagi antar pengguna. Instagram adalah sebuah aplikasi berbagi foto dan video yang memfasilitasi penggunanya untuk mengambil foto atau video, menerapkan filter dan membagikannya (Nurudin, dkk. 2020). Fitur utama dari Instagram adalah membagi foto yang digunakan untuk membagikan informasi dengan format berbeda. Instagram memiliki fitur yang memungkinkan bisa membuat foto lebih baik, indah dan memiliki nilai estetika yang tinggi sehingga nyaman untuk dibaca audiens, maka hal itu bisa mendorong penggunanya untuk menjadi lebih kreatif (Untari, 2018).

Olenka news merupakan sebuah media berita yang menggunakan media sosial Instagram sebagai media penyaluran informasi dan berita. Pada penelitian ini yang berjudul “Pengemasan Konten Berita Instagram oleh Media Berita dengan Pendekatan Jurnalisme Positif” Penelitian ini memiliki tujuan ingin mengkaji setiap jenis berita yang dianalisis berbagai aspek yang relevan dengan topik yang diteliti. Konsep ini penting dalam penelitian ini guna melihat pengemasan konten berita Instagram dimana menggunakan media sosial sebagai platform berita online.

Menurut Ratna dan Hidayah (2021) media untuk penyebaran informasi tidak hanya media cetak saja, tetapi juga menggunakan media elektronik sebagai media untuk penyebaran informasi. Salah satu media elektronik yang banyak digunakan saat ini adalah media sosial dan yang banyak digemari oleh masyarakat adalah Instagram. Menurut data dari NapoleonCat pada tahun 2025, pengguna Instagram di Indonesia hingga Februari sebanyak 90.183.200jt pengguna. Berbagai kalangan aktif menggunakan media sosial, begitu juga dengan media berita yang menggunakan media sosial sebagai tempat untuk penyebaran informasinya.

Media sosial merupakan alat yang dapat digunakan untuk memfasilitasi interaksi antar pengguna dan memiliki kemampuan komunikasi dua arah. Didukung juga dengan fitur yang memungkinkan adanya interaksi dua arah, membuat penyebaran informasi menjadi lebih interaktif (Situmorang & Hayati, 2023). Instagram memiliki fitur-fitur seperti foto, stories dan Reels, memungkinkan media dan jurnalis untuk menyajikan konten berita secara visual dan interaktif, meningkatkan keterlibatan audiens. Hal tersebut menjadi keuntungan bagi media berita, karena memiliki wadah baru dalam melakukan penyebaran informasi secara online dengan lebih efektif dan cepat dibandingkan dengan media konvensional.

Melalui media Instagram @olenkanews, peneliti akan menganalisis terkait dengan bagaimana pengemasan konten berita yang mengusung jurnalisme positif pada periode sepanjang tahun 2024. Konsep ini penting dalam penelitian ini guna melihat pengemasan konten berita di media sosial khususnya Instagram sebagai platform media berita.

2.2.3. Berita

Berita merupakan suatu bentuk laporan yang disampaikan secara cepat mengenai suatu peristiwa yang sedang terjadi atau baru saja terjadi, serta memiliki nilai berita yang menarik dan penting untuk disampaikan kepada masyarakat. Sebuah peristiwa dapat dikategorikan sebagai berita apabila mengandung fakta dan data yang akurat, serta memiliki nilai berita yang kuat (Suhandang, 2016). Berita dapat didefinisikan sebagai produk jurnalistik yang menyampaikan informasi terbaru berdasarkan fakta dan data.

Selain itu, berita juga dapat diartikan sebagai semua hal yang terjadi dalam gambaran sederhana yang dibuat oleh pakar jurnalistik dalam penulisan yang jelas dan menarik, biasanya berita tidak hanya memberikan informasi terkini, tapi terkadang berita juga menyajikan informasi yang digunakan untuk memberi pengaruh kepada para khalayak atau pembacanya (Hendra & Hafniati, 2023). Saat ini, Berita disajikan tidak hanya dalam bentuk surat kabar, radio, atau siaran tv saja, di era digital seperti saat ini berita disuguhkan melalui media online termasuk media sosial. Penelitian ini akan menggunakan berita yang terdapat di media sosial Instagram akun @olenkanews sebagai objek penelitian.

Konten berita di media sosial telah menjadi bagian dari konsumsi informasi masyarakat modern. Platform seperti Facebook, Twitter, dan Instagram tidak hanya berfungsi sebagai sarana komunikasi, tetapi juga sebagai sumber berita terkini bagi pengguna. Menurut riset *we are social* tahun 2025, sekitar 47,1% menyatakan bahwa mereka menyukai konten artikel dan video yang disajikan di media sosial, sedangkan sebanyak 41,8% menyatakan menggunakan media sosial untuk membaca berita.

Konten berita di Instagram memiliki beragam bentuk yang disesuaikan dengan karakteristik platform media sosial tersebut, yang mengutamakan visual dan keterlibatan audiens. Bentuk konten berita di Instagram meliputi foto, carousel, video pendek (reels), serta Instagram stories, yang masing-masing memiliki keunggulan tersendiri dalam menyampaikan informasi secara menarik dan interaktif. Menurut penelitian yang dilakukan oleh Nasrullah (2021), Instagram sebagai media sosial berbasis visual memungkinkan penyampaian berita yang lebih ringkas, kreatif, dan mudah dipahami oleh audiens, terutama generasi muda yang lebih tertarik dengan informasi berbasis gambar dan video.

Foto dan carousel digunakan untuk menyampaikan berita dalam format gambar statis dengan infografis atau teks pendukung. Format ini cocok untuk berita cepat, headline, atau rangkuman informasi yang dapat dibaca dalam waktu singkat. Video pendek (reels) menjadi salah satu bentuk konten berita yang semakin populer karena kemampuannya dalam menyampaikan informasi dengan cepat, dinamis, dan mudah diakses. Instagram reels memungkinkan media berita untuk mengemas informasi dengan gaya yang lebih santai dan menarik, sehingga lebih mudah

diterima oleh audiens. Menurut penelitian dari Hermida (2020), format video pendek meningkatkan tingkat keterlibatan audiens dibandingkan dengan konten berbasis teks atau gambar saja. Oleh karena itu, media berita yang memanfaatkan Instagram perlu menyesuaikan strategi kontennya agar tetap relevan dan efektif dalam menarik perhatian serta menyampaikan informasi yang kredibel kepada masyarakat.

Dalam penelitian ini penting untuk menggunakan konsep ini karena objek yang akan diteliti adalah Konten Berita reels pada akun @olenkanews. Dengan menggunakan konsep ini, penelitian ini dapat mengeksplorasi berbagai aspek seperti tema berita, sumber berita, jenis berita, nilai berita, serta nada berita yang digunakan dalam setiap Konten Berita. Pendekatan ini memungkinkan analisis yang lebih mendalam terhadap strategi jurnalistik positif yang diterapkan oleh @olenkanews dalam menyajikan informasi kepada publik.

1. Tema Konten Berita

Tema merupakan ide dasar atau pemikiran yang menjadi pokok pembahasan isu yang disajikan sebuah berita menentukan arah dan ruang lingkup dari berita atau informasi yang disampaikan. Dalam praktik jurnalistik, pemilihan tema berita harus mempertimbangkan berbagai aspek, termasuk nilai berita (*news value*), kepentingan publik, serta relevansi isu dengan kondisi sosial, politik, dan ekonomi yang sedang berkembang. Dengan demikian, berita memiliki keterkaitan yang erat dengan dinamika sosial yang berkembang, dan pemilihan tema yang sesuai menjadi faktor utama dalam menarik perhatian audiens serta menjaga kredibilitas media.

Dalam penyusunan sebuah tema, umumnya hanya terdiri dari satu kalimat dan tidak dapat lebih dari itu. Karakteristik ini menjadi faktor utama yang membedakan antara tema dan topik, di mana tema bersifat ringkas dan langsung merangkum inti dari suatu pembahasan. Menurut Nindi (2019), dalam merumuskan sebuah tema terdapat beberapa prosedur yang harus dipertimbangkan yaitu:

- a. Tema merupakan keselarasan pikiran yang dapat menjadi petunjuk dalam melakukan pembuatan sebuah berita.

- b. Tema dapat dikembangkan dengan disusun secara objektif dan juga terperinci.
- c. Tema merupakan karya orisinal dan punya ciri khasnya sendiri. Hal ini dapat diartikan sebagai karya asli dan bukan tiruan.

Dalam pendekatan jurnalisme positif terdapat tema yang menjadi ciri khas pengemasan berita yang disajikan. Dalam penelitian ini tema-tema berita dikategorikan menjadi 3 kategori berdasarkan karakteristik dari jurnalisme positif menurut (Dhiman, 2023), antara lain:

- 1) Strategi Sukses dan Ide Inovatif, tema ini berperan untuk menginspirasi dan memberdayakan masyarakat dengan menampilkan pemikiran inovatif serta dampak positif dari suatu peristiwa atau tokoh. Contoh: Kisah sukses Djoko Susanto dalam membangun Alfamart Group.
- 2) Inspirasi dan Pengembangan Diri: Tema ini menyoroti kisah nyata dari seseorang yang memulai dari keterbatasan, tantangan, bahkan kegagalan, tetapi mampu bangkit dan meraih kesuksesan. Jurnalisme positif dalam konteks ini membangun narasi from zero to hero yang membangkitkan semangat, harapan, dan motivasi bagi pembaca. Contoh: Andy F Noya yang memulai karier dari nol, dengan keterbatasan ekonomi dan kedua orangtua yang berpisah, tetapi mampu mendapatkan beberapa penghargaan seperti Panasonic Global Awards pada 2010 dan 2011 dengan kategori Presenter berita atau currents affairs serta menerbitkan buku tentang dirinya.
- 3) Dialog Konstruktif dan Kohesi Sosial: Tema ini mencakup berita yang mendorong diskusi publik secara sehat, terutama terkait kebijakan pemerintah yang berdampak langsung pada masyarakat. Tujuannya adalah memperkuat kohesi sosial dan membangun pemahaman bersama. Contoh: Berita mengenai kebijakan pemerintah yang memicu diskusi publik dan memengaruhi kehidupan masyarakat secara luas.

Tema konten berita pada penelitian ini tentang pengemasan konten berita Instagram dengan pendekatan jurnalisme positif pada media berita. Dalam

penelitian ini konsep ini penting untuk dipahami karena untuk memahami bagaimana tema-tema konten berita dibuat, dikemas dan dipilih untuk menarik perhatian audiens. Berdasarkan uraian diatas, tema konten berita yang digunakan dalam jurnalisme positif biasanya fokus pada aspek membangun, memotivasi serta memberikan solusi dari sudut pandang lain tentang sebuah peristiwa. Pemilihan tema ini didorong oleh tujuan media berita @olenkanews untuk memberikan alternatif lain bagi audiens serta membangun lingkungan media yang positif ditengah terpaan konten berita-berita negatif.

2. Narasumber Konten Berita

Dalam menyajikan sebuah berita harus memiliki sumber yang akurat dan bisa dipercaya. Karena pada dasarnya tujuan adanya berita adalah untuk menyampaikan informasi yang berpijak pada fakta dan kebenaran dari sebuah peristiwa. Sumber berita yang bisa dipercaya dapat membantu memastikan bahwa berita yang dihasilkan adalah fakta, objektif, dan bisa dipertanggungjawabkan kebenarannya. Dengan menggunakan sumber berita yang baik maka bisa mempertahankan kredibilitas dan integritas sebuah media (Rezky & Rialdo, 2023).

Dalam konteks sumber berita, Narasumber dalam berita dapat didefinisikan sebagai seseorang yang memberikan informasi dan menjadi sumber informasi (Latief & Utud, 2017). Narasumber memiliki tanggung jawab untuk menyampaikan informasi yang berdasarkan fakta dan bukan sekadar opini. Selain itu, narasumber harus memiliki wawasan yang luas serta pemahaman yang mendalam mengenai topik yang dibahas agar dapat memberikan data yang relevan dan sesuai kebutuhan.

Dalam penelitian ini telah menetapkan secara spesifik narasumber berita yang akan digunakan, yaitu sebagai berikut:

a. Pemerintah

Dalam arti luas pemerintah merupakan lembaga yang memiliki tanggung jawab dalam mengelola serta menyelesaikan proses pelayanan publik.

Tugas utamanya adalah memastikan bahwa setiap individu yang berinteraksi dengan pemerintah memperoleh layanan sipil yang sesuai dengan hak dan kebutuhannya (Mustanir, dkk., 2023). Berkaitan dengan penelitian ini merincikan pada pemberitaan mengenai tokoh penting pemerintahan yang bisa mempengaruhi kebijakan atau pandangan masyarakat terhadap suatu peristiwa. Dengan demikian konten berita yang disajikan menjadikan pemerintah sebagai sumber berita.

b. Ahli

Seseorang yang memiliki pengaruh besar dalam suatu bidang baik itu seni, politik maupun bisnis. Tokoh inspiratif juga biasa dianggap sebagai figur yang dikagumi oleh masyarakat, bisa karena keahliannya, maupun kesuksesannya selama menjalani kehidupan. Penelitian ini menggunakan tokoh inspiratif sebagai sumber berita karena memiliki pengaruh dalam membentuk opini masyarakat serta sejalan dengan konten berita Instagram yang diunggah oleh @olenkanews.

c. Publik Figur

Public figur, atau tokoh publik, adalah seseorang yang dikenal luas oleh masyarakat karena prestasi, peran sosial, atau popularitas mereka di media. Menurut Surahman (2018), publik figur dapat berperan sebagai pemimpin opini virtual yang memengaruhi kepercayaan informasi masyarakat melalui platform media sosial seperti Instagram. Dengan demikian, publik figur memainkan peran penting dalam membentuk opini dan memengaruhi perilaku masyarakat melalui platform media.

d. Tokoh Politik

Tokoh politik adalah seseorang yang memiliki pengaruh besar dalam dunia politik, serta berfungsi sebagai penyampai pesan-pesan politik untuk memengaruhi pandangan masyarakat dan proses pengambilan keputusan. Kepemimpinan politik mencakup kemampuan untuk memengaruhi opini publik, merumuskan kebijakan, serta menggerakkan tindakan politik (Sampurna, Hakim, Syahputra, Handayani, & Simbolon, 2024). Dalam hal ini, komunikator politik memiliki peran yang sangat penting dalam membentuk persepsi masyarakat serta citra pemimpin politik. Oleh karena

itu, tokoh politik berfungsi sebagai agen komunikasi yang mempengaruhi perubahan politik melalui penyampaian pesan-pesan yang strategis.

3. Jenis Berita

Menurut Sugiharto (2019), berdasarkan jenis dan ragamnya berita yang dikelompokkan menjadi berita langsung (*hard news*), berita ringan (*soft news*), berita kisah (*feature*), berita mendalam (*indepth* atau *depth news*), dan berita investigasi (*investigative news*). Adapun jenis berita tersebut akan dijelaskan melalui point sebagai berikut:

a. Berita Langsung (*Straight News* atau *Hard News*)

Merupakan jenis berita yang dirancang berdasarkan data yang diperoleh langsung tepat di lokasi kejadian. Berita disajikan secara jelas, ringkas dan apa adanya. Berita ini biasanya memiliki informasi yang penting khususnya informasi mendesak, terkini sehingga harus disampaikan secara cepat. Biasanya jenis berita ini berada di halaman berita utama atau breaking news yang berada di halaman utama sebuah portal berita.

b. Berita Ringan (*Soft News*)

Merupakan jenis berita yang fokus pada berita hiburan dengan menekankan unsur agar menarik perasaan para pembaca. Penyajian yang dilakukan bisa setelah waktu kejadian beberapa waktu atau hari sebelumnya. Berita ringan mengungkapkan peristiwa yang memancing sisi emosional pembaca sehingga muncul rasa gembira, terharu, sedih dan terhibur. Dengan kata lain peristiwa yang diungkapkan hanya permukaan saja dan tidak mendetail.

c. Berita Kisah (*Feature*)

Merupakan jenis berita yang hampir mirip dengan berita ringan karena mengutamakan unsur perasaan dalam menarik perhatian pembaca. Selain itu berita kisah tidak terikat waktu namun tetap berpijak pada fakta. Jenis berita ini mengutamakan teknik pengisahan dalam penyampaian informasinya.

d. Berita Mendalam (*Indepth* atau *Depth News*)

Merupakan jenis berita dengan pengembangan dari berita yang sudah dilaporkan sebelumnya dengan menambahkan narasumber untuk memperoleh informasi dan data tambahan dari fakta yang sudah pernah dilaporkan sebelumnya.

e. Berita Penyelidikan (*Investigative News*)

Merupakan jenis berita yang sama dengan berita mendalam yaitu bentuk dari pengembangan berita yang sudah ada, namun pada berita ini juga bisa bersumber dari wartawan yang melakukan penyelidikan terutama ketika menyangkut kasus besar yang menarik banyak perhatian pembaca. Berita investigasi merupakan jenis berita yang cukup berat untuk dilakukan karena pemberitaannya sangat mendalam dan cukup beresiko.

Setiap berita yang digunakan sebagai unit analisis akan merujuk pada kategori berita yang disebutkan sebelumnya. Berita yang diteliti akan dianalisis dengan menggunakan dua coder yang berbeda, yaitu coder 1 dan coder 2. Penelitian ini memiliki tujuan ingin mengkaji setiap jenis berita yang dianalisis oleh berbagai aspek yang relevan dengan topik yang diteliti.

4. Nilai Berita

Setiap informasi yang akan disajikan dengan format berita pasti memiliki nilai berita. Nilai berita adalah nilai yang terkandung dalam setiap peristiwa yang terjadi dalam sebuah informasi yang ingin disajikan untuk menarik audiens. Menurut Hikmat Kusumaningrat dan Purnama Kusumaningrat, (2017). Suatu berita dapat dikatakan layak jika didalamnya terdapat unsur-unsur nilai berita sebagai berikut:

- a. Aktualitas (Timeliness): Dalam nilai berita ini peristiwa yang diberitakan baru terjadi, kemarin terjadi, atau akan terjadi di masa mendatang. Pada nilai berita ini sangat mengutamakan kecepatan karena masyarakat membutuhkan informasi atau berita secepatnya. Didukung dengan adanya jejaring internet semakin memudahkan media untuk menyebarkan berita yang aktual.

b. Kedekatan (*Proximity*)

Nilai ini berarti berita yang disajikan mengandung unsur kedekatan dengan pembaca. Kedekatan yang dimaksud bukan hanya kedekatan secara geografis, namun juga secara emosional. Hal tersebut karena masyarakat menyukai hal-hal yang terjadi didekatnya.

c. Keterkenalan (*Prominence*)

Dalam nilai berita ini peristiwa yang disajikan menyangkut dengan orang atau nama-nama terkenal. Hal tersebut karena dengan mencantumkan nama atau tokoh terkenal menarik banyak perhatian pembaca.

d. Dampak (*impact*)

Dalam nilai berita ini berarti peristiwa harus memiliki dampak yang besar bagi masyarakat umum.

e. *Human Interest*

- Dalam nilai berita ini menyajikan berita yang mengandung unsur menarik empati, simpati dan hal-hal yang menggugah perasaan khalayak.

f. *Magnitude*

Dalam nilai berita ini berarti peristiwa harus memiliki yang lebih utama atau memiliki skala yang lebih besar yang ditulis menjadi sebuah berita (Herman RN, 2018).

g. Konflik (*conflict*)

Dalam nilai berita ini konflik dalam bentuk apapun baik konflik fisik seperti peperangan ataupun konflik perkelahian masuk kedalam layak berita karena biasanya menimbulkan kerugian dan korban.

h. Oddity

Nilai berita yang merujuk pada aspek keunikan atau ketidakbiasaan dalam suatu pemberitaan, meliputi peristiwa-peristiwa langka atau di luar kebiasaan. Faktor ini menjadi daya tarik tersendiri bagi audiens, karena menyajikan kejadian yang jarang ditemui dalam kehidupan sehari-hari.

i. Signifikansi (*Significance*)

Nilai berita ini berarti peristiwa yang diangkat merupakan hal yang penting bagi masyarakat (Muslimin, 2019).

Semua berita yang menjadi unit analisis akan mengacu pada nilai berita yang sudah dijelaskan di atas. Berita yang diteliti akan dianalisis dengan menggunakan dua coder yang berbeda, yaitu coder 1 dan coder 2. Penelitian ini memiliki tujuan ingin mengkaji setiap jenis berita yang dianalisis berbagai aspek yang relevan dengan topik yang diteliti.

5. Nada Berita

Dalam dunia jurnalistik, nada berita atau *tone of news* merujuk pada cara media menyampaikan suatu berita, yang mencerminkan sikap atau perspektif tertentu terhadap peristiwa atau isu yang dilaporkan. Nada berita atau tone merujuk pada cara media menyajikan dan mengomunikasikan suatu informasi dalam pemberitaan. Elemen ini berkaitan erat dengan struktur dan penyampaian naskah berita yang dipublikasikan. Melalui pemilihan kata, struktur kalimat, dan penyajian informasi, jurnalis dapat menampilkan nada atau tone yang bersifat positif maupun negatif terhadap isu yang diberitakan (Morissan, 2022). Nada berita umumnya dikategorikan menjadi tiga jenis utama: positif, negatif, dan netral.

- a. Nada Positif: Berita dengan nada positif menyoroti aspek optimis dari suatu peristiwa, seperti pencapaian, keberhasilan, atau perkembangan yang menggembirakan. Tujuan dari nada ini adalah memberikan semangat dan inspirasi kepada audiens.
- b. Nada Negatif: Sebaliknya, nada negatif menekankan aspek kritis atau problematis dari suatu kejadian, seperti kegagalan, konflik, atau dampak buruk. Berita dengan nada ini sering kali bertujuan untuk mengkritisi atau mengungkap permasalahan yang ada.
- c. Nada Netral: Berita bernada netral menyajikan informasi secara objektif tanpa menunjukkan kecenderungan positif atau negatif. Fokusnya adalah pada penyampaian fakta secara seimbang tanpa opini yang memihak.

Pemilihan nada berita oleh media dipengaruhi oleh berbagai faktor, termasuk kebijakan editorial, target audiens, dan konteks peristiwa yang dilaporkan. Nada berita yang dipilih dapat mempengaruhi persepsi publik

terhadap isu yang diberitakan. Konsep ini digunakan dalam penelitian untuk mengetahui nada berita seperti apa yang terdapat dalam konten berita yang disajikan oleh @olenkanews.

2.2.4. Pendekatan Jurnalisme Positif

Jurnalisme positif hadir bukan hanya menyajikan berita baik atau informasi yang penuh harapan (Firdausi, 2018). Konsep ini bertujuan untuk menghadirkan pemberitaan yang lebih menyeluruh dengan menyoroti berbagai aspek dari suatu isu, termasuk tantangan yang ada serta solusi yang dapat diterapkan. Jurnalisme positif hadir memberikan gambaran dan panduan bagaimana mengungkap sebuah isu secara menyeluruh dan utuh, termasuk dengan memberikan solusi yang tepat (Sinaga, 2023). Sering kali identik dengan pemberitaan hal-hal baik, jurnalisme positif justru berfokus pada solusi yang secara tidak langsung memberikan gambaran harapan oleh para pembaca sehingga bisa dinilai sebagai sesuatu yang positif.

Dalam upaya mengukur jurnalisme positif, Daniel Batist dalam Alauddin (2021), telah mengembangkan sebuah skema yang mengidentifikasi berbagai aspek utama dalam pendekatan jurnalistik ini. Ia membagi aspek-aspek tersebut ke dalam empat kategori utama, salah satunya adalah *Positive Focus* atau Fokus Positif. elemen dasar dalam penyusunan sebuah berita, di mana fokus utama dari pemberitaan diarahkan pada hal-hal yang membangun, inspiratif, serta memberikan manfaat bagi khalayak. Jurnalisme positif adalah metode pemberitaan yang tidak hanya berfokus pada masalah tetapi juga menampilkan solusi, perkembangan positif, dan inisiatif konstruktif dalam menghadapi tantangan sosial. Dengan menyoroti strategi sukses dan inovasi, pendekatan ini bertujuan untuk memberikan informasi yang lebih seimbang serta menginspirasi masyarakat (Dhiman, 2023).

Terdapat beberapa prinsip utama dalam pendekatan jurnalisme positif yang digunakan dalam penelitian ini yang sesuai objek peneliti dalam pengemasan berita yang dilakukan akun @olenkanews, antara lain:

1. Pendekatan Berbasis Solusi

Jurnalisme positif tidak hanya berfokus pada identifikasi dan analisis permasalahan sosial, tetapi juga mengedepankan solusi yang telah atau sedang diterapkan.

2. Pelaporan yang Didukung Data dan Fakta

Dalam jurnalisme positif, setiap pemberitaan harus berlandaskan penelitian yang mendalam, data yang akurat, serta bukti empiris yang mendukung. Dengan pendekatan ini, informasi yang disajikan lebih kredibel dan memberikan gambaran yang objektif mengenai efektivitas suatu solusi dalam menyelesaikan persoalan sosial.

3. Analisis Mendalam dan Kontekstualisasi

Pendekatan ini tidak hanya menyajikan berita secara permukaan, tetapi juga menggali akar permasalahan, memahami kompleksitas yang ada, serta mengeksplorasi berbagai alternatif solusi. Dengan memberikan latar belakang yang lebih luas, jurnalisme positif membantu audiens memahami isu secara lebih menyeluruh.

4. Penceritaan yang Berpusat pada Manusia

Jurnalisme positif menempatkan individu, komunitas, dan organisasi yang berkontribusi terhadap perubahan sebagai elemen utama dalam pemberitaannya. Dengan mengangkat kisah nyata mereka, audiens dapat lebih terhubung secara emosional, merasakan empati, serta mendapatkan inspirasi untuk turut serta dalam upaya memperbaiki diri dalam kehidupan sosialnya.

5. Keseimbangan dan Perspektif Objektif

Berita yang disajikan tetap menjaga keseimbangan dengan menampilkan perkembangan tanpa mengesampingkan tantangan situasi. Prinsip utama yang dijunjung tinggi adalah menghadirkan informasi yang adil, berimbang, dan faktual.

6. Penyampaian Berita yang Inspiratif dan Interaktif

Jurnalisme positif dirancang agar tidak hanya menjadi sumber informasi, tetapi juga mampu menggerakkan audiens untuk ikut berpartisipasi. Dengan menyajikan berita secara menarik dan membangun, pendekatan ini

bertujuan untuk memicu aksi nyata, menginspirasi diskusi, serta membuka ruang bagi masyarakat untuk turut terlibat dalam perubahan sosial.

7. Akuntabilitas dan Transparansi

Untuk menjaga kredibilitasnya, jurnalisme positif menuntut pertanggungjawaban dari para pelaku dan solusi yang dilaporkan. Evaluasi kritis terhadap dampak, tantangan, serta hasil yang dicapai menjadi bagian penting dalam pemberitaan.

Pendekatan ini bisa menjadi alternatif lain bagi perusahaan media dalam menyajikan berita yang tidak hanya berfokus pada aspek negatif atau sensasional dari suatu peristiwa. Jurnalisme positif, yang juga dikenal sebagai jurnalisme konstruktif, menekankan pentingnya menghadirkan sudut pandang yang lebih solutif dalam pemberitaan. Dalam menyampaikan fakta tentang suatu kejadian, pendekatan ini berupaya mengajak seluruh pihak untuk berdiskusi tentang solusi terbaik dalam sebuah permasalahan (Sinaga, 2023). Dengan demikian, jurnalisme konstruktif tidak hanya memberikan informasi kepada audiens, tetapi juga menginspirasi, membangun optimisme, serta mendorong perubahan sosial yang lebih baik melalui pemberitaan yang berbasis pada solusi dan harapan.

Jurnalisme positif merupakan pendekatan baru dalam dunia jurnalistik Indonesia, yang menekankan pada penyampaian berita inspiratif. Perkembangan jurnalisme positif di Indonesia semakin signifikan dalam beberapa tahun terakhir, ditandai dengan adopsi pendekatan ini oleh berbagai media massa. Penerapan jurnalistik di Indonesia mendapat sambutan yang baik dari berbagai kalangan. Penerapan jurnalisme positif di Indonesia mendapatkan sambutan yang baik dari berbagai kalangan. Pendekatan ini muncul sebagai reaksi terhadap maraknya pemberitaan negatif, provokatif, dan hoaks yang dapat menggerus kepercayaan publik terhadap media. Dengan demikian, penerapan jurnalisme positif di Indonesia tidak hanya meningkatkan kualitas pemberitaan, tetapi juga berperan dalam membentuk masyarakat yang lebih optimis dan konstruktif. Salah satu pelopor dalam penerapan jurnalisme positif di Indonesia adalah *Good News From Indonesia* (GNFI) dan *TIMES Indonesia* juga mengadopsi prinsip jurnalisme positif. Mereka berkomitmen untuk menyampaikan informasi baik secara tepat dan informasi kurang baik dengan cara yang konstruktif, sambil tetap memegang teguh kode etik

jurnalistik, elemen-elemen dasar jurnalisme, nilai-nilai berita, dan memegang teguh kode etik jurnalistik (Firdausi & Setianingrum, 2018).

Seiring dengan meningkatnya adopsi jurnalisme positif, media di Indonesia juga mulai mengembangkan berbagai model pemberitaan yang berfokus pada optimisme, inovasi, dan perubahan sosial. Jurnalisme ini tidak hanya meningkatkan kualitas pemberitaan secara keseluruhan, tetapi juga berperan dalam membentuk masyarakat yang lebih kritis, optimis, dan partisipatif dalam pembangunan bangsa. Adopsi jurnalisme positif oleh media-media tersebut mencerminkan upaya untuk menghadirkan pemberitaan yang membangun, inspiratif, dan mampu menumbuhkan optimisme masyarakat.

Pada penelitian ini yang berjudul “Pengemasan Konten Berita Instagram oleh Media Berita yang dengan Pendekatan Jurnalisme Positif” Penelitian ini memiliki tujuan ingin mengkaji setiap jenis berita yang dikemas dengan pendekatan jurnalisme positif di Indonesia. Konsep ini penting dalam penelitian ini guna melihat pengemasan konten berita positif di media sosial. Konsep ini penting dalam penelitian ini guna melihat pengemasan konten berita positif di media sosial khususnya Instagram.

2.2.5. Indikator dan Definisi Operasional

Tabel 2. 2. *Tabel Indikator dan Definisi Operasional*

No	Kategori	Indikator	Bentuk	Sumber
1.	Tema Berita	1. Strategi Sukses dan Ide Inovatif 2. Inspirasi dan Pengembangan Diri 3. Dialog Konstruktif dan Kohesi Sosial	1. Strategi Sukses dan Ide Inovatif: Tema ini berperan untuk menginspirasi dan memberdayakan masyarakat dengan menampilkan pemikiran inovatif serta dampak positif dari suatu peristiwa atau tokoh. Contoh: Kisah sukses Djoko Susanto dalam membangun Alfamart Group. 2. Inspirasi dan Pengembangan Diri: Tema ini menyoroti kisah nyata dari seseorang yang memulai dari keterbatasan, tantangan, bahkan kegagalan, tetapi mampu bangkit dan meraih kesuksesan. Jurnalisme positif dalam konteks ini membangun narasi from zero to hero yang membangkitkan	(Dhiman, 2023)

semangat, harapan, dan motivasi bagi pembaca. Contoh: Andy F Noya yang memulai karier dari nol, dengan keterbatasan ekonomi dan kedua orangtua yang berpisah, tetapi mampu mendapatkan beberapa penghargaan seperti Panasonic Global Awards pada 2010 dan 2011 dengan kategori Presenter berita atau currents affairs serta menerbitkan buku tentang dirinya.

3. Dialog Konstruktif dan Kohesi Sosial: Tema ini mencakup berita yang mendorong diskusi publik secara sehat, terutama terkait kebijakan pemerintah yang berdampak langsung pada masyarakat. Tujuannya adalah memperkuat kohesi sosial dan membangun pemahaman bersama. Contoh: Berita mengenai kebijakan pemerintah yang memicu diskusi publik dan memengaruhi kehidupan masyarakat secara luas.

2.	Narasumber Konten Berita	<ol style="list-style-type: none"> 1. Pemerintah 2. Tokoh Inspiratif/Ahli 3. Publik Figur 4. Tokoh Politik 	<ol style="list-style-type: none"> 1. Pemerintah: Pemerintah merupakan lembaga yang bertanggung jawab dalam mengelola dan menyelenggarakan pelayanan publik seperti presiden dan menteri. Tugas utamanya adalah memastikan bahwa setiap warga negara mendapatkan layanan sipil yang sesuai dengan hak dan kebutuhannya (Mustanir dkk., 2023). Contohnya, Presiden Joko Widodo, Presiden Prabowo Subianto, dan Menteri Keuangan Sri Mulyani. 2. Tokoh Inspiratif/Ahli: Tokoh ini adalah individu yang memiliki pengaruh besar dalam bidang tertentu, seperti seni, politik, atau bisnis. Mereka biasanya dikagumi karena keahliannya, integritas, atau perjalanan hidupnya yang inspiratif. Contoh: Ignasius Jonan, yang dikenal sebagai ahli di bidang perkeretaapian dan reformasi transportasi di Indonesia. Serta pengusaha seperti Andanu Prasetyo yang merupakan ceo dari Toko Kopi tuku, Dato Tahir founder Mayapada Group, 	(Latief & Utud, 2017)
----	-----------------------------	--	---	-----------------------

dan TP Rachmat yang mendirikan Triputra Group.

3. Figur Publik (Public Figure): Figur publik adalah individu yang dikenal luas oleh masyarakat dan memiliki pengaruh karena popularitasnya. Mereka biasanya berasal dari dunia hiburan, media sosial, atau budaya populer. Contoh: Raditya Dika, seorang komedian, penulis, dan kreator konten yang sukses dan berpengaruh. Contoh lain adalah Rhenald Kasali yang aktif dalam membuat konten di youtube.

4. Tokoh Politik: Merupakan individu yang mewakili partai politik tertentu, sering menggunakan atribut partai, dan secara terbuka menyampaikan kepentingan politiknya. Tokoh ini biasanya aktif dalam kegiatan kampanye atau kebijakan partai. Contoh: Puan Maharani yang berkampanye menggunakan atribut Partai Demokrasi Indonesia Perjuangan (PDI-P).

3. Jenis Berita

1. Hard News
2. Berita Ringan (Soft News)
3. Berita Kisah (Feature)
4. Berita Mendalam (Indepth atau Depth News)
5. Berita Penyelidikan (Investigative News)

1. Hard News: Jenis berita yang berfokus pada penyajian peristiwa aktual dan penting secara cepat, lugas, dan faktual. (Sugiharto, 2019)

2. Soft News: Jenis berita yang menonjolkan sisi human interest atau tokoh tertentu. Meskipun disajikan secara ringan dan menyentuh perasaan, tetap ditulis secara ringkas dan menarik.

3. Feature: Jenis berita yang mengedepankan unsur perasaan dan gaya bercerita mendalam. Berita ini biasanya menggali topik secara detail dan disampaikan dengan narasi yang lebih kreatif untuk menarik minat pembaca.

4. Berita Mendalam: Jenis berita yang merupakan pengembangan dari laporan sebelumnya, dengan menambahkan narasumber baru serta informasi dan data tambahan guna memperkaya pemahaman terhadap suatu isu.

4. Nilai Berita

1. Aktualitas (Timeliness)

2. Kedekatan (Proximity)

3. Keterkenalan (Prominence)

4. Dampak (Impact)

5. Human Interest

6. Magnitude

7. Konflik (conflict)

8. Oddity

9. Significance

5. Berita Investigasi: Jenis berita mendalam yang melibatkan proses penyelidikan mendalam oleh wartawan. Umumnya menyangkut isu besar, kontroversial, atau kasus tersembunyi yang memerlukan penggalian data secara intensif.

1. Aktualitas (Timeliness): Nilai berita ini menekankan bahwa peristiwa yang diberitakan baru saja terjadi, sedang berlangsung, atau akan segera terjadi. Kecepatan dalam penyajian informasi sangat penting karena masyarakat membutuhkan berita sesegera mungkin. (Kusumani ngrat & Kusumanin grat, 2017)

2. Kedekatan (Proximity): Nilai ini menunjukkan bahwa berita memiliki hubungan kedekatan dengan pembaca, baik secara geografis maupun emosional. Kedekatan emosional bisa muncul dari pengalaman atau latar belakang yang serupa. Contoh: Kisah perjuangan Abdul Mu'ti untuk berkuliah di luar negeri yang menginspirasi banyak orang.

3. Keterkenalan (Prominence): Berita yang memiliki nilai keterkenalan biasanya berkaitan dengan tokoh terkenal, pejabat publik, artis, atau individu yang dikenal luas oleh masyarakat. Nama besar menjadi daya tarik utama dalam berita ini.

4. Dampak (Impact): Nilai berita ini menunjukkan bahwa peristiwa yang diberitakan memiliki pengaruh besar terhadap kehidupan orang banyak. Semakin besar dampaknya, semakin tinggi nilai beritanya.

5. Human Interest: Berita dengan nilai human interest menyajikan kisah yang menggugah emosi, membangkitkan empati dan simpati pembaca. Biasanya berisi kisah haru, lucu, atau inspiratif yang menyentuh sisi kemanusiaan.

6. Magnitudo (Magnitude): Nilai ini menunjukkan bahwa peristiwa yang diberitakan memiliki skala besar, baik

dalam hal jumlah orang yang terlibat, luas wilayah terdampak, maupun besarnya kerugian yang ditimbulkan (Herman RN, 2018).

7. Konflik (Conflict): Berita dengan nilai konflik mencakup pertentangan atau benturan kepentingan, baik dalam bentuk fisik seperti peperangan atau bentrokan, maupun konflik non-fisik seperti perdebatan politik. Konflik menjadi daya tarik karena menimbulkan dinamika dan sering berdampak luas.

8. Keunikan (Oddity): Nilai berita ini merujuk pada aspek keunikan atau hal yang tidak biasa dalam sebuah peristiwa. Berita dengan nilai oddity biasanya mengangkat kejadian langka, aneh, atau tidak lazim yang menarik perhatian karena sifatnya yang di luar kebiasaan.

9. Signifikansi (Significance): Nilai ini menunjukkan bahwa peristiwa yang diberitakan memiliki tingkat kepentingan yang tinggi bagi masyarakat. Semakin penting dan relevan isu yang diangkat, semakin tinggi pula nilai beritanya.

5. Nada Berita

1. Nada Positif
2. Nada Negatif
3. Nada Netral

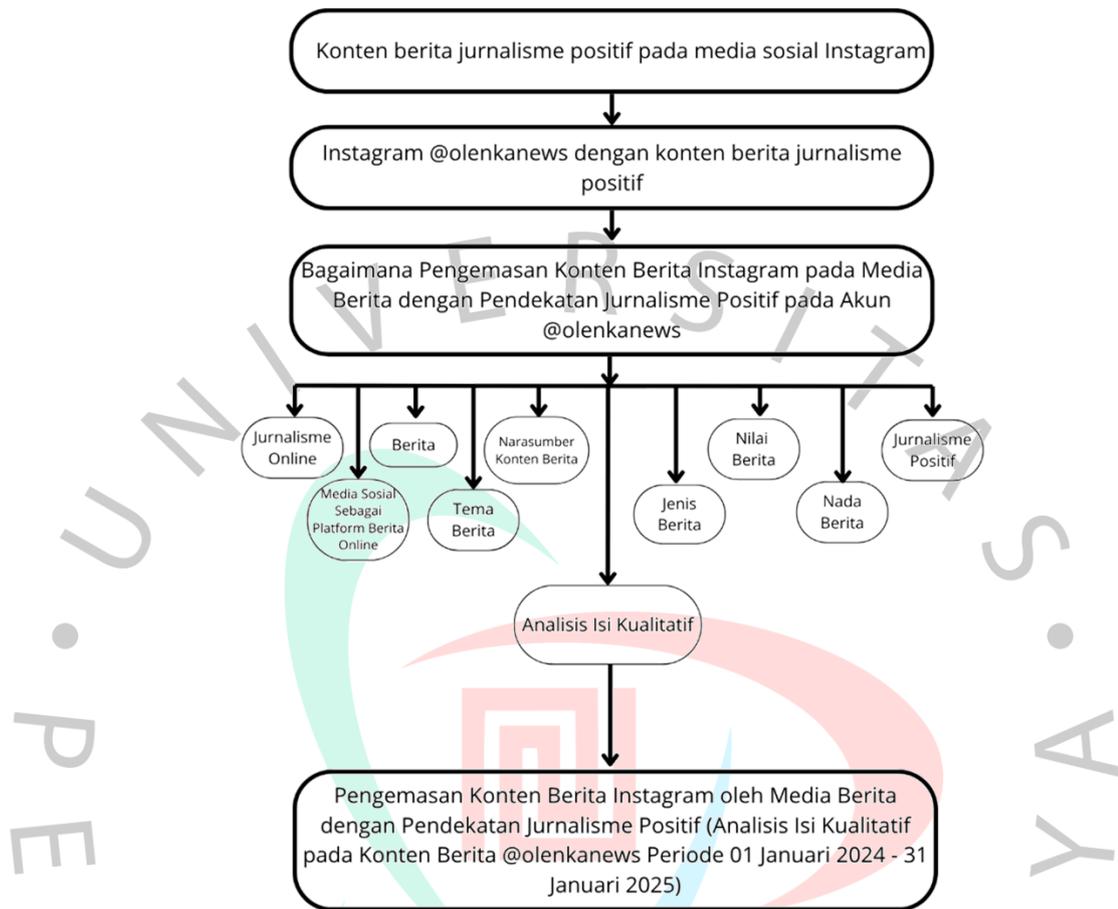
1.Nada Positif: Berita dengan nada positif menyoroti aspek optimis dari suatu peristiwa, seperti pencapaian, keberhasilan, atau perkembangan yang menggembirakan. (Morissan, 2022)

2.Nada Negatif: Sebaliknya, nada negatif menekankan aspek kritis atau problematis dari suatu kejadian, seperti kegagalan, konflik, atau dampak buruk.

3.Nada Netral: Berita bernada netral menyajikan informasi secara objektif tanpa menunjukkan kecenderungan positif atau negatif. Fokusnya adalah pada penyampaian fakta secara seimbang tanpa opini yang memihak.

Sumber: Olahan Peneliti, 2025

2.3. Kerangka Berpikir



Gambar 2. 1. Kerangka Berpikir

Berdasarkan gambar kerangka berpikir diatas, penelitian ini dilatarbelakangi dari konten berita Instagram yang mengusung jurnalisme positif. Platform Instagram banyak digunakan oleh masyarakat dari berbagai kalangan, hal ini menjadi sarana penting bagi perusahaan media berita untuk menyebarkan informasinya serta bisa menjadi sarana untuk mempublikasikan konten beritanya. Pada penelitian ini akan melihat bagaimana pengemasan konten berita Instagram pada akun @olenkanews selama tahun 2024. Konsep utama dalam penelitian ini adalah tema berita, sumber konten berita, jenis berita, nilai berita, nada berita dan jurnalisme positif. Penelitian ini menggunakan metode analisis isi kualitatif untuk menguraikan pengemasan konten berita Instagram yang mengusung jurnalisme positif melalui konten berita reels pada akun Instagram @olenkanews.

