

---

# RUNTUHNYA EKSKLUSIVITAS PEMBERITAAN: KAJIAN TERHADAP MOMEN KRITIS JURNALISME PADA MASA PANDEMI COVID-19

Nanang Krisdinanto<sup>1</sup>, Merlina Barbara Apul<sup>2\*</sup>

<sup>1,2</sup>Program Studi Ilmu Komunikasi, Fakultas Ilmu Komunikasi,  
Universitas Katolik Widya Mandala Surabaya

---

## Article Info

*Critical Moment of Journalism; News Exclusivity; Pandemic*

---

## Abstract

*The Covid-19 pandemic created a critical moment in journalism that changed the journalistic production process and forced journalists to adapt their professional journalistic practices. On the other hand, the pandemic emerged when journalism transformed towards digital platforms that changed journalistic practices to be influenced by social media. This research looks at how journalists struggle to adapt their professional journalistic practices to digital challenges and the Covid-19 pandemic. This research uses a qualitative approach, case study method, and data collection techniques in the form of in-depth interviews and observations of online media journalists in Surabaya. The research findings show that the pandemic creates a critical moment of journalism in the form of destruction or accelerated destruction of the value of news exclusivity that has long prevailed in journalistic practice. This happened due to internal pressure from the editorial team, limited coverage mobility during the pandemic, and the development of digital applications making journalists carry out the practice of sharing news or information through digital groups.*

---

## PENDAHULUAN

Pandemi Covid-19 telah menciptakan momen kritis (*critical moment*) jurnalisme (Carlson, 2017a; Perreault & Ferrucci, 2020; Quandt & Wahl-Jorgensen, 2021b), secara ekonomi dipicu oleh jatuhnya pendapatan iklan (Olsen et al., 2020). Pandemi membawa perubahan dramatis dalam rutinitas atau praktik jurnalistik hingga perilaku audiens. Momen kritis ini bisa dilihat sebagai beberapa hal. Pertama, titik

balik (*turning point*) yang mengubah atau membalik arah perkembangan jurnalisme yang sedang berlangsung). Bagi organisasi media pemberitaan, krisis dilihat sebagai alasan mengabaikan proses pemberitaan yang sudah baku (misalnya dalam konteks etika, objektivitas, atau pemisahan ruang redaksi – ruang bisnis).

Kedua, transformasi, yaitu saat organisasi berita menggunakan pandemi untuk mengubah komposisi staf atau

---

### **Corresponding Author:**

Program Studi Ilmu Komunikasi Fakultas Ilmu Komunikasi Universitas Katolik Widya Mandala Surabaya  
Jl. Dinoyo No.42-44, Keputran, Kec. Tegalsari, Kota SBY, Jawa Timur 60265  
Email: merlina.maria@ukwms.ac.id

tanggung jawab kerja di ruang redaksi, mendorong kombinasi kerja virtual dan *work from home*. Ketiga, titik awal (*starting point*), yaitu saat pandemi membuka munculnya bentuk jurnalisme (minat khusus) baru, keterampilan baru, atau alat dan sumber informasi baru. Peningkatan signifikan dalam konsumsi berita online selama pandemi telah mendorong lahirnya usaha *start up* berita online. Keempat, pendorong (*acceleration*), yaitu pandemi menjadi penguat atau akselerator proses yang sudah dimulai dalam praktik jurnalistik sebelum pandemi. Kelima, penghancuran (*destruction*), yaitu pandemi membuka kemungkinan lahirnya sesuatu yang baru yang berarti penghancuran sesuatu yang lama dalam ranah jurnalistik (Quandt & Wahl-Jorgensen, 2021a).

Di sisi lain, pandemi muncul ketika jurnalisme sedang bertransformasi ke arah *platform* digital yang mengubah proses produksi jurnalistik (Deuze & Witschge, 2018; Goyanes et al., 2020; Mitchelstein & Boczkowski, 2009) yang amat dipengaruhi media sosial (Alejandro, 2010; Olsen et al., 2020) hingga preferensi berita audiens (Antunovic et al., 2016). Sebelum pandemi datang, lansekap media memang sudah berubah sebagai dampak teknologi. Pembaca dan belanja iklan di media cetak menyusut drastis hingga memunculkan “*newspaper crisis*” (Siles & Boczkowski,

2012), sementara media *platform* digital bertumbuh sangat signifikan (Cawley, 2019). Saat itulah muncul gelombang transformasi di dunia jurnalistik. Praktik jurnalisme mulai bermigrasi ke *platform* digital (termasuk melalui media sosial) dan melahirkan fenomena *media online* yang juga sering disebut *news startups* (Carlson & Usher, 2016).

Riset ini bertujuan mengkaji bagaimana momen kritis jurnalisme memaksa jurnalis digital di Indonesia mengadaptasikan praktik jurnalismenya di tengah problem pandemi dan tantangan dunia digital (Aitamurto & Lewis, 2017). Apalagi, media juga harus berlomba dengan masyarakat awam yang dapat memproduksi, mendistribusi sekaligus menjadi konsumen berita di media sosial (Widyantoro & Irwansyah, 2021). Menurut catatan Kementerian Komunikasi dan Informatika sepanjang Januari hingga Februari 2022, terdapat 2.099 berita palsu terkait Covid-19 yang disebarkan ribuan kali di media sosial (Kominfo, 2022). Fenomena ini menciptakan kepanikan dan kecemasan di masyarakat sekaligus menimbulkan pertanyaan tentang peran media berita yang harus menjaga standar dan etika profesional (Hamdani & Housseine, 2021).

Dampak yang paling dikhawatirkan dari momen kritis jurnalisme ini adalah krisis profesionalisme yang terkait dengan

kemampuan jurnalis menjaga independensi jurnalistiknya di depan berbagai kepentingan yang berupaya memengaruhi atau mengontrol konten pemberitaan. Merujuk Iggers, independensi tersebut bertumpu pada kemampuan jurnalis atau organisasi *news startups* menjaga konten beritanya dari opini dan menjauhkan ruang redaksi dari ruang bisnis atau iklan (Iggers, 1999). Banyak kajian menunjukkan, ancaman serius terhadap profesionalisme jurnalis datang dari kepentingan ekonomi/bisnis organisasi media itu sendiri, terutama terkait kebutuhannya terhadap kuota berita harian yang semakin besar. Hal itu diasumsikan bisa mendorong mereka menjalankan praktik jurnalistik melewati batas-batas profesionalisme.

Subjek dalam penelitian ini adalah para jurnalis media online Surabaya yang saat pandemi berlangsung tengah berada di lapangan peliputan. Surabaya dipilih menjadi lokasi penelitian karena posisinya sebagai kota terbesar kedua di Indonesia, dan dalam catatan Dewan Pers memiliki pertumbuhan media online amat tinggi. Saat ini, Dewan Pers mencatat terdapat 15 media online di Surabaya yang berstatus terverifikasi administratif dan faktual. Di luar itu, berdasar data Persatuan Wartawan Indonesia (PWI) Jawa Timur, terdapat lebih dari seratus media online yang belum tersertifikasi. Jumlah serta pertumbuhan

yang tinggi tersebut diasumsikan memunculkan problem serius terkait etika dalam praktik jurnalistik yang mereka lakukan.

Kajian ini memiliki posisi penting terkait konsepsi jurnalisme digital itu sendiri. Dalam penelitian ini, digital dipahami tidak sekadar teknologi yang memfasilitasi jurnalisme, tetapi juga teknologi yang memberi praktik jurnalisme sebuah peluang baru untuk mengumpulkan dan menganalisa data, menginformasikannya secara komprehensif, melibatkan beragam publik, dan menyampaikan cerita dari berbagai sudut pandang (M. F. Perreault & Perreault, 2021; Waisbord, 2019). Jurnalisme digital sering dipertentangkan dengan apa yang disebut “*legacy media*”, yang merujuk pada surat kabar tradisional, majalah, dan media siaran (Cheruiyot et al., 2019). Perbedaan diantara keduanya sering diidentifikasi dari penggunaan perangkat digital oleh jurnalis untuk memproduksi konten publikasi digital, seperti email, laptop, tablet, telepon seluler, perekam suara digital, blog, atau kamera video (Chua, 2020).

Pada titik inilah penelitian tentang praktik jurnalisme digital menjadi penting dan menarik, karena terkoneksi dengan beragam konteks. Selain peran profesional yang dijalankan jurnalis digital, kajian ini juga memiliki problematika terkait dengan

ketidakadilan struktur ekonomi politik media, minimnya partisipasi sebagian pengguna digital, orientasi mengejar *viewers* atau “*like*”, algoritma yang tertutup, dan yang paling penting: sifat mencari keuntungan dan dominasi iklan terhadap konten digital. Hal tersebut memperumit pencapaian aspirasi demokrasi melalui jurnalisme digital (Peters & Witschge, 2015).

Riset ini berfokus pada problematika tersebut, terutama terkait bagaimana jurnalis digital di Surabaya menjalankan praktik jurnalistiknya di tengah berbagai tekanan yang datang dari situasi pandemi dan logika digitalisasi pemberitaan. Penelitian tentang praktik jurnalistik di masa pandemi pernah dilakukan Masduki & Prastya (2022) yang melihat perubahan pola kerja jurnalistik pasca Covid-19 di media tradisional di Jakarta dan Yogyakarta. Hasil penelitian menunjukkan adanya krisis keberimbangan, akurasi, kedalaman berita serta perubahan komunikasi antara pemegang otoritas politik dengan media. Penelitian lain dilakukan Yoedtadi (2022) yang berfokus pada proses *gatekeeping* jurnalis yang mengikuti Fellowship Jurnalisme Perubahan Perilaku (FJPP) selama pandemi. Studi ini menemukan banyak berita yang tidak patuh pada kode etik jurnalistik selama meliput isu pandemi. Namun, dua penelitian ini belum spesifik berfokus pada praktik jurnalisme

digital yang secara ekonomi berada di level menengah dibandingkan media tradisional. Penelitian ini juga berfokus pada praktik jurnalistik di masa pandemi dalam konteks apa yang disebut Quandt & Wahl-Jorgensen (2021b) sebagai momen kritis jurnalisme sebagaimana diuraikan sebelumnya.

Penelitian ini penting dilakukan dalam konteks akademis, praktis, dan sosial (literasi). Secara akademik, penelitian ini mengisi celah masih kurangnya penelitian jurnalistik yang berfokus pada praktik jurnalistik profesional sehari-hari dalam konteks digital. Secara praktis, penelitian ini bisa menjadi refleksi jurnalis dan organisasi media bahwa praktik jurnalisme digital seharusnya tidak mengorbankan sisi profesional jurnalis. Secara sosial, penelitian ini bisa menjadi literasi agar masyarakat memiliki kesadaran kritis terhadap media.

## KAJIAN PUSTAKA

### *Metodologi*

Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif, di mana peneliti menempatkan diri sebagai instrument kunci (Lune, H. & Berg, 2017). Merujuk Yin, salah satu cara melakukan penelitian sosial adalah melalui metode studi kasus. Metode ini berfokus untuk menjawab pertanyaan “bagaimana” atau “mengapa” ketika peneliti ingin mengkaji fenomena kontemporer dalam konteks kehidupan nyata (Yin, 2014).

Adapun desain penelitian ini menggunakan model studi kasus *multiple-case study* yang melibatkan lebih dari satu kasus tunggal. Penelitian ini melibatkan sembilan media online berbeda di Surabaya yang menunjukkan bahwa setiap media dan wartawannya berfungsi sebagai unit kasus tersendiri. Hasil penelitian mencakup temuan spesifik dari setiap subjek yang kemudian dirangkum untuk menghasilkan wawasan yang lebih luas. Penelitian ini mengadopsi proses atau tahapan penelitian dari Yin yang berfokus pada tiga tahapan utama. **Pertama**, *define and design*. Pada tahap ini peneliti mendefinisikan dan merancang proses awal untuk memahami transformasi jurnalisme digital di masa pandemi. **Kedua**, *prepare, collect and*

*analyze*. Pada tahap ini peneliti mempersiapkan, mengumpulkan dan menganalisis kasus setiap media online dengan mencatat praktik, tantangan, persamaan serta perbedaannya. **Ketiga**, *conclude*. Pada tahap ini peneliti memberikan kesimpulan berdasarkan analisis serta memberikan rekomendasi untuk mendorong eksklusivitas jurnalisme digital.

Data diperoleh melalui (a) wawancara mendalam bersama jurnalis digital di Surabaya; (b) studi literatur terkait praktik jurnalisme digital; dan (c) observasi terhadap berita yang ditulis para jurnalis tersebut. Para jurnalis yang diteliti berasal dari 9 media online di Surabaya yang bisa dilihat di tabel di bawah ini.

**Tabel 1. Subjek Penelitian**

Nama Jurnalis	Asal Media	Verifikasi Dewan Pers
Yohanes Totok Sumarno	<i>kilasjatim.com</i>	Belum Terverifikasi
Rahmad Suryadi	<i>lenteratoday.com</i>	Terverifikasi Administratif dan Faktual
Jelita Sondang Samosir	<i>pilar.id</i>	Belum Terverifikasi
Arif Ardilianto	<i>inewssurabaya.id</i>	Terverifikasi Administratif dan Faktual
Pitasari	<i>ngopibareng.id</i>	Terverifikasi Administrasi dan Faktual
Jefri Yulianto	<i>suarajatimpost.com</i>	Terverifikasi Administratif dan Faktual
M. Shohibul Anwar	<i>beritajatim.com</i>	Terverifikasi Administrasi dan Faktual
Farizal Tito	<i>jatimnow.com</i>	Terverifikasi Administratif dan Faktual
Machmud Suhermono	<i>optika.id</i>	Belum Terverifikasi

Teknik analisis mengadopsi model interaktif Miles dan Huberman yang terdiri dari reduksi data, penyajian data dan penarikan kesimpulan (Miles et al., 2019). Peneliti mereduksi data dengan merangkum, memilih hingga memfokuskan hal-hal penting. Selanjutnya data disajikan dalam teks naratif, lalu peneliti melakukan penarikan kesimpulan untuk menjawab rumusan masalah penelitian. Model analisis ini memungkinkan interpretasi secara holistik dan utuh dari praktik jurnalisme digital di Surabaya.

#### *Kajian Konseptual*

Dalam kajian ini, jurnalisme digital dilihat bukan sebagai jurnalisme yang ditransformasikan ke dalam bentuk digital; tetapi merupakan digitalisasi yang diwujudkan dalam jurnalisme (Duffy & Ang, 2019). Dalam jurnalisme digital juga tersemat harapan bahwa jurnalisme ini lebih demokratis, transparan, partisipatif, dan meningkatkan fungsi demokrasi, memberi lebih banyak suara kepada orang-orang yang sebelumnya memiliki atau bahkan tidak memiliki suara (Zelizer, 2019). Hadirnya jurnalisme digital ini membuat teknologi menjadi bagian tak terpisahkan dari keseharian profesional jurnalis, dan juga membuat ruang redaksi harus beradaptasi

dan inovasi secara cepat, bahkan seringkali harus berjuang untuk mengelola sumber daya jurnalistiknya (Chua, 2020; Singer, 2011).

Sejumlah penelitian menunjukkan, jurnalis digital seringkali menjalankan peran profesional yang berbeda dengan jurnalis non-digital. Misalnya, jurnalis digital lebih bisa menerima peran advokasi meskipun tetap merasa terikat pada norma-norma produksi berita (Eldridge & Franklin, 2018; Ferrucci, 2017b, 2017a). Pada titik inilah penelitian tentang praktik jurnalisme digital menjadi penting dan menarik, karena terkoneksi dengan beragam konteks. Selain peran profesional yang dijalankan jurnalis digital, kajian ini juga memiliki problematika terkait dengan ketidakadilan struktur ekonomi politik media, minimnya partisipasi sebagian pengguna digital, orientasi mengejar *viewers* atau “like”, algoritma yang tertutup, dan yang paling penting: sifat mencari keuntungan dan dominasi iklan terhadap konten digital. Hal tersebut memperumit pencapaian aspirasi demokrasi melalui jurnalisme digital (Peters & Witschge, 2015).

Problematika praktik jurnalisme digital semakin rumit dengan kehadiran media sosial yang ikut memengaruhi praktik, dan juga konten serta preferensi pembaca.

Sejumlah penelitian menunjukkan, media sosial seperti Facebook, Twitter, Instagram, serta aplikasi pesan seperti WhatsApp telah menjadi alat utama penggunaanya (terutama anak muda) untuk mengakses berita. Hal ini menghadirkan peluang sekaligus tantangan bagi jurnalis profesional (Newman & Fletcher, R Kalogeropoulos, A Nielsen, 2019; Welbers & Opgenhaffen, 2018). Media sosial tidak hanya memberi peluang jurnalis untuk terhubung dengan audiens, tetapi juga menggunakannya untuk menggali informasi, menemukan ide dan sumber, mempromosikan dan melaporkan berita, sekaligus membangun citra personal (Al-Rawi, 2019; Duffy & Knight, 2019; Thurman, 2018). Dengan demikian, media sosial telah menjadi elemen esensial bagi produksi berita, terutama untuk kategori *breaking news* (Lee, 2016), karena saat ini peristiwa besar (baik terkait manusia atau alam) hampir selalu muncul pertama kali di media sosial sebelum jurnalis profesional datang. Melalui perangkat *mobile* dan media sosial, warga biasa menjadi wartawan amatir yang bisa membuat konten dan menyebarkan kabar (Canter, 2013). Dengan kata lain, fenomena media sosial menjadikan organisasi media tidak lagi memiliki monopoli terhadap jurnalisme.

Karena itu, media sosial telah terkonsolidasi sebagai saluran komunikasi yang terhubung langsung dengan audiens;

mentransformasi relasi klasik *top-down* menjadi “*open conversation*” atau pembicaraan terbuka. Model dialog seperti ini memberi kesempatan bagi jurnalis untuk mendapatkan transparansi dan akuntabilitas jurnalistik lebih besar, dan pada saat yang sama juga menciptakan preferensi berita dari audiens secara lebih transparan (35). Beberapa penelitian juga memperlihatkan bagaimana jurnalis mendapat tekanan dari perusahaan atau atasan untuk aktif di media sosial, yang jika dijalankan dengan ceroboh akan berisiko terhadap reputasi perusahaan dan jurnalisnya sendiri. Sejumlah media tampak memiliki panduan penggunaan media sosial untuk jurnalisnya, yang biasanya menuntut dipastikannya transparansi, objektivitas, otentisitas sumber, atau akurasi konten media sosial yang dijadikan sumber atau rujukan (Hedman & Djerf-Pierre, 2013; Lee, 2016). Panduan ini menjadi substansial sebab media sosial memainkan peran penting, khususnya dalam hal pengaruh dan jangkauan dibandingkan media tradisional mana pun (Bursztyn, Rao, Roth, & Yanagizawa-Drott, 2020). Selain itu, arus informasi semakin dipengaruhi oleh individu tanpa pelatihan profesional, mulai dari influencer yang memonetisasi konten hingga siaran langsung yang dilakukan jurnalis warga (Lawrence & Napoli, 2023). Alhasil, peran wartawan

sebagai penjaga gerbang semakin penting (T., 2024).

## TEMUAN DAN DISKUSI

Temuan data menunjukkan, Pandemi Covid-19 di satu sisi menghasilkan momen kritis jurnalisme dalam praktik jurnalistik sehari-hari jurnalis digital di Surabaya. Meskipun perubahan ini tampak muncul secara tiba-tiba dan dramatis karena pandemi, namun hal ini tidak muncul begitu saja melainkan wujud manifestasi dari adaptasi teknologi digital. Hanya saja, munculnya pandemi mempercepat atau memperluas skala perubahan tersebut. Di sisi lain, pandemi membawa tantangan besar bagi praktik jurnalistik dan bisnis media untuk beradaptasi terhadap segala pembatasan yang terjadi selama masa penyebaran Covid-19. Studi ini menemukan permasalahan utama yang dihadapi wartawan adalah terkait eksklusivitas berita.

Salah satu dampak pandemi Covid-19 yang paling serius terhadap praktik jurnalistik adalah runtuhnya semangat eksklusivitas (mengejar berita eksklusif, yang tidak dimiliki wartawan atau media lain), serta semangat untuk menyampaikan berita secara kontekstual, mendalam, dan lengkap (Rachman, 2022). Problem ini semakin krusial terkait platform digital yang digunakan dalam praktik jurnalistik di kalangan wartawan media online.

Lawrence & Napoli (2023) menyebutkan, kemajuan teknologi digital sejatinya sudah sejak lama menjadi ancaman terhadap eksklusivitas berita. Berita dan informasi yang semakin banyak didistribusikan melalui perangkat seluler membuat wartawan harus bersaing dengan individu-individu tanpa pelatihan profesional jurnalistik seperti *influencer* yang berdedikasi untuk menghasilkan uang dari konten yang dibuat. Datangnya pandemi Covid-19 membuat semangat ini makin jauh dari praktik jurnalistik media online.

Segala pembatasan gerak atau mobilitas mendorong wartawan di lapangan membuat grup WhatsApp untuk berbagi kabar dan informasi. Grup WhatsApp ini biasanya dibuat berkelompok berdasar kesamaan desk penugasan atau pos peliputan. Misalnya, wartawan yang ditugaskan di desk pendidikan membuat grup sendiri, begitu pula desk politik, kriminal, atau wartawan yang ditempatkan di instansi tertentu seperti kantor pemerintah daerah, kejaksaan, dan sebagainya. Di dalam grup WhatsApp inilah wartawan saling berbagi informasi, bisa berupa teks berita yang sudah matang, foto, hasil wawancara (berupa transkrip maupun rekaman audio), sampai gambar video hasil liputan. Dengan kata lain, grup WhatsApp ini berfungsi seolah “bank data” bagi wartawan.

Wartawan yang tergabung di dalam grup memiliki kewajiban mengirim hasil liputannya ke dalam grup. Sebaliknya, mereka bisa memanfaatkan semua materi yang dikirim wartawan lain di dalam grup. Bahkan anggota grup bisa mengirim pesan di dalam grup untuk meminta tolong rekannya terkait kebutuhan terhadap materi tertentu. Fenomena grup ini membuat wartawan bahkan tidak perlu ke lapangan untuk mengirim berita ke kantornya, atau bisa mengirim berita sebanyak yang ditargetkan tanpa harus melakukan peliputan.

*“Sekarang lebih parah tinggal lewat WhatsApp saja. Kalau dulu kan sama beliaunya (wartawan) di lapangan disembunyikan beritanya. Sekarang kalau pelit informasi ya ditinggal temannya, diisolasi.” (Machmud Suhermono, Wakil Ketua Bidang Kesejahteraan dan Bidang Organisasi Persatuan Wartawan Indonesia, 2023).*

*“...kalau bagi-bagi informasi lewat WhatsApp grup itu pasti. Berbagi info dari dulu memang seperti itu sih tidak ada perbedaan. Yang berbeda itu hanya intensitas bertemu saja. Menurut saya bedanya ya di proses wawancara, teknik pencarian beritanya menyesuaikan kondisi...” (M. Shohibul Anwar, Beritajatim.com, 2023).*

Pada titik ini, dimensi eksklusivitas menjadi kabur bahkan runtuh. Tidak ada lagi kebanggaan wartawan yang memiliki berita yang tidak dipunyai wartawan lain. Apalagi aturan main (biasanya bersifat tidak tertulis) dalam grup WhatsApp mengharuskan semua anggotanya mengirim semua hasil liputannya ke dalam grup untuk

dimanfaatkan bersama-sama. Kelalaian memenuhi aturan ini bisa berdampak teguran bagi pelakunya, atau bahkan dikeluarkan dari grup.

Di sisi lain, dimensi kecepatan yang menjadi karakteristik jurnalisme online ikut semakin membuat logika eksklusivitas menjadi kabur. Penyebab utama adalah “*algorithmic turn*” dalam jurnalisme yang berpengaruh pada cara dan gaya wartawan dalam menganalisis, mengumpulkan, dan mendistribusikan informasi (Napoli, 2014). Konsekuensinya, mengutip apa yang disebut Carlson sebagai “*The Robotic Reporter*”, otomatisasi telah mengubah praktik produksi berita dan mempengaruhi pemahaman yang lebih besar tentang apa itu jurnalisme. Kecepatan dan otomatisasi membuat wartawan kehilangan kemampuan untuk menghasilkan karya jurnalistik yang kompleks dan mendalam (Carlson, 2015).

Namun, otomatisasi ini bukan tanpa sebab. Pasalnya, tuntutan kuota berita yang tinggi membuat wartawan memiliki kewajiban tidak tertulis berbagi data mentah di grup WhatsApp. Jika menolak berbagi, resikonya akan ditinggalkan dalam pergaulan sosial di kalangan wartawan.

*“Nggak harus (berbagi), cuma ya namanya sosial kalau kamu pelit ya pasti kamu nggak ditemenin, gitu aja... Jadi, saya kasih data mentah ae kecuali kalau saya ngasih berita jadi ke teman-teman saya yang kenal, yang dia itu pasti ngolah itu, nggak langsung di glondong semprong gitu loh Pak, bahasanya.” (Pitasari, Ngopibareng.id, 2023)*

Data mentah yang dimaksud mulai dari info statistik, data observasi hingga rekaman wawancara. Fakta dilapangan menunjukkan adanya kegamangan di kalangan wartawan. Meskipun menyadari eksklusivitas adalah esensi jurnalisme berkualitas, alibi menjaga pertemanan membuat saling menjaga informasi menjadi sulit dilakukan. Resiko paling berat, individu wartawan akan mendapat “pengasingan informasi” jika tidak membagikan data mentah di grup WhatsApp.

Tidak hanya berbagi data, pembatasan pertemuan fisik saat pandemi Covid-19 membuat wartawan turut mengandalkan humas sebagai penyedia informasi utama. Sebagaimana ditegaskan (Lloyd & Toogood, 2015), hubungan antara wartawan dan humas adalah hubungan yang saling melengkapi. Mereka hidup berdampingan dengan penggunaan informasi humas oleh media yang semakin tinggi atau meningkat (Macnamara, 2014). Di sinilah problem eksklusivitas semakin krusial, karena pihak humas tidak memiliki kepentingan dengan eksklusivitas, dan bahkan ingin materi rilis beritanya dimuat oleh media sebanyak-banyaknya. Sejumlah narasumber penelitian mengungkapkan eratnya relasi kerja mereka dengan pihak humas.

*“...Memang secara eksklusivitas menurun sehingga kesamarataan pemberitaan saat itu ya bergantung pada arahan humas misal humas dari kampus.” (Farizal Tito, Jatimnow.com, 2023)*

*“...berita release dari Pemerintah Kota Surabaya misalnya untuk semua media, yang berbeda paling redaksionalnya, isinya sama karena itu ya sudah titipannya Pemerintah Kota, soal misalnya KTP gratis atau apa ya semua sama pasti...” (Johanes Totok Sumarno, Kilasjatim.com, 2023)*

*“...ya udahlah nulis sengertiku sengertimu gitu. Tapi biasanya kalau misalnya gitu pasti ada yang beda lah, ngga benar-benar semua sama, kecuali press release...(kesamaan) itu juga tergantung orangnya juga sih, mau lelah atau enggak.” (Jelita Sondang Samosir, Pilar.id, 2023)*

Dalam banyak kasus, mencari perbedaan sulit dilakukan sebab wartawan tidak lagi melakukan investigasi lebih lanjut dan lebih mengandalkan materi rilis yang sudah ada. Problem ini semakin pelik saat di lapangan banyak wartawan yang akhirnya terpapar Covid-19.

*“...waktu pandemi kan mau cari-cari, apalagi wartawan juga silih berganti kena Covid-19 gitu kan, ini kena itu kena, saya juga pernah kena (Pitasari, Ngopibareng.id, 2023).”*

*“...Jadi liputan di rumah sakit, wawancara dengan narasumber yang tidak tahu kena covid atau tidak, kita malah menghampiri mereka. Kondisinya ya kan agak berbahaya juga sebenarnya dan pada waktu itu akhirnya kena (Rahmad Suryadi, Lenteratoday.com, 2023).”*

Fenomena wartawan terpapar Covid-19 ini juga terjadi secara global. Berdasarkan data yang dirilis *Press Emblem Campaign* yang berbasis di Jenewa, lebih dari 600 jurnalis meninggal karena Covid-19 di 59 negara selama 10 bulan pada tahun 2020 (Syarifudin, 2021). Sementara di Indonesia, dari hasil pendataan Aliansi Jurnalis Independen (AJI) sejak Maret 2020 hingga

19 Juni 2021 terdapat 381 pekerja media yang terinfeksi Covid-19, sembilan diantaranya meninggal dunia (Fajarta, 2021).

Data ini menyiratkan bahwa wartawan membutuhkan lingkungan yang kondusif untuk menjalankan fungsi fasilitatif secara efektif. Dalam kondisi krisis, di satu sisi jurnalis dituntut untuk memenuhi tanggung jawab profesional dengan menyebarkan informasi berkualitas terkait pandemi. Di sisi lain, wartawan ditempatkan dalam posisi sulit, karena bertanggung jawab menyediakan informasi sekaligus memiliki kebutuhan pribadi untuk memastikan keselamatan diri mereka sendiri dari penyebaran virus (Kalaloi, Fitriawan, & Nuraeni, 2023).

Selain itu, beban rata-rata lima berita perhari dengan tuntutan memaksimalkan kemampuan digital, juga menjadi salah satu faktor sulitnya wartawan mengejar nilai eksklusivitas. Tren konvergensi yang menuntut fleksibilitas wartawan untuk menyetor konten audio-visual, membuat wartawan enggan menulis berita *feature* atau investigasi yang mendalam.

*“Di media saya, Berita Jatim, tidak ada (kewajiban menulis feature), adanya video... Jarang, tidak ada waktu udahan. Nah kalau ada bonusnya atau laporan khusus begitu langsung. Di Berita Jatim ada liputan khusus tapi paling berapa tahun sekali. Lebih bagus sebenarnya laporan khusus investigasi. Tapi tuntutan kita disuruh nulis banyak berita ya sudah tidak sempat keliling kemana-mana.” (M Shohibul Anwar, Beritajatim.com, 2023)*

*“Jadi berita-berita kritisnya itu hampir berkurang. Investigasi untuk kasus publik tidak jalan, juga menurunlah pasti (Machmud Suhermono, Wakil Ketua Bidang Kesejahteraan dan Bidang Organisasi Persatuan Wartawan Indonesia, 2023).”*

Jika ditelusuri, masalah utama keengganan wartawan menulis laporan mendalam berakar dari apa yang paling “disucikan” oleh media online yakni kecepatan melaporkan informasi. Kendati banyak peristiwa atau isu eksklusif di lapangan, acapkali wartawan tidak memiliki cukup waktu untuk melakukan observasi. Menurut catatan Margianto dan Syaefullah (Margianto & Syaefullah, 2012) kompetisi adu cepat antar media online, membuat wartawan dikejar-kejar oleh editornya, sementara editor adu cepat memantau situasi terkini dengan media sosial.

Pada akhirnya membawa konsekuensi serius terhadap akurasi. Wartawan sering abai terhadap ejaan narasumber hingga yang paling serius menyangkut substansi berita. Akurasi dalam jurnalisme sering dipandang sebagai norma dasar, para jurnalis yang diminta untuk mendefinisikan atribut-atribut utama jurnalisme yang berkualitas menempatkan akurasi dalam urutan atas prinsip utama jurnalisme (Arafat & Porlezza, 2023).

Situasi ini pada akhirnya menimbulkan persoalan lain yakni menurunnya sensitivitas wartawan menangkap isu-isu eksklusif di lapangan. Alhasil, pola *breaking*

news yang singkat tetap menjadi pakem dalam praktik jurnalistik online.

*“...karena online yang cepat itu ngga bisa mengharuskan kita melakukan pengamatan yang lama...kalau dulu kan eksklusif karena waktu kerjanya panjang, dia bisa disitu, ngga digupuh-gupuhi, lah ini kan bablas belum nulis. Orang di kantor saya itu pagi harus nulis satu minimal, siang harus nulis, jadi jaraknya ngga boleh jauh-jauh, ngga boleh beritanya ditumpuk sore semua, malam semua gitu ngga boleh...” (Pitasari, Ngopibareng.id, 2023).*

Pernyataan di atas mengindikasikan, kompetisi adu cepat antar situs online rupanya telah menggeser kiblat jurnalistik masa kini. Dulu, ada kebanggaan tersendiri yang dirasakan wartawan jika berhasil meliput berita eksklusif. Kini, wartawan milenial merasa kesulitan melakukan liputan investigatif atau *in depth* karena membutuhkan waktu yang lama dan biaya yang tidak sedikit. Walhasil, kebutuhan khalayak untuk mendapatkan informasi yang dapat diandalkan dan berlimpah tidak terpenuhi, dampaknya kemampuan penulisan dan sensitivitas wartawan terhadap suatu isu atau peristiwa kurang berkembang, karena kesuksesan tidak lagi ditentukan oleh eksklusivitas, tetapi oleh sejauh mana berita dapat dibagikan di media sosial (Hunter, 2011).

Temuan riset ini menunjukkan, adu cepat di kalangan wartawan didasari oleh tiga problem utama. Pertama, mental wartawan yang hanya memahami jurnalisme sebagai suatu pekerjaan dibandingkan tanggung

jawab moral terhadap masyarakat. Meminjam memoar lama mantan jurnalis Times Louis Heren yakni “*jurnalisme, bukanlah sebuah profesi tetapi sebuah panggilan hidup,*” prinsip ini diyakini Harcup akan membuat wartawan menempatkan diri sebagai “detak jantung” untuk menghasilkan berita yang berbobot ketimbang populer (Harcup, 2020).

Kedua, jumlah media online yang terlalu banyak. Berdasarkan data yang dirilis Dewan Pers tahun 2020, dari 47.000 perusahaan media, sebanyak 43.000 adalah media online. Jumlah ini belum ditambah institusi media yang belum terverifikasi Dewan Pers. Implikasinya, atas nama kecepatan, berita yang tayang jauh dari nilai eksklusivitas. Transisi digital memang memudahkan pendirian media online, mengantarkan era yang penuh dengan peluang dan ketidakpastian. Alhasil, menjamurnya media online tentu saja memungkinkan monetisasi berita sebagai bagian dari persaingan sengit antar media (Lombardi, 2020).

Ketiga, kurangnya dukungan finansial yang menjadi “suntikan” wartawan mendapatkan berita eksklusif. Institusi media sendiri tidak memiliki cukup sumber daya baik finansial atau waktu untuk mengadakan serial pelatihan jurnalistik sebagai upaya pengembangan kualitas jurnalistik.

Meski begitu, di situasi tertentu beberapa wartawan mencoba berbagai strategi untuk bisa mendapatkan informasi eksklusif. Salah satunya, membuat janji secara pribadi dengan narasumber tanpa diketahui wartawan lainnya.

*“Pasti, wajib share. Kalau tidak share ya sudah habis. Jadi eksklusifnya itu kadang liputan bersama tapi nanti janji lagi sendiri sama narasumbernya. Kadang saya sudah mengantongi sendiri ketika ditanyakan sama anak-anak ya tidak saya jawab, tapi data itu sudah ada buat tambahan saya...Kadang mau liputan sendiri ada yang tiba-tiba ngikut itu ada”* (M Shohibul Anwar, Beritajatim.com, 2023)

Cara lain yang biasa digunakan adalah menyebut penugasan redaksi sebagai “kata sakti” untuk menjaga informasi. Penugasan ini merujuk pada pemilihan topik liputan yang sudah ditentukan redaktur atau pemimpin redaksi. Biasanya, setelah menerima penugasan wartawan akan melakukan riset untuk persiapan liputan. Kendati penugasan berpotensi menjadi berita eksklusif dan mendalam, namun kuantitasnya kalah jauh dibandingkan *breaking news*. Selain penugasan redaksi, kiat lain yang dilakukan adalah mencari perbedaan *angle* dalam isu liputan. Namun, usaha ini terbatas pada saling kenal wartawan di lapangan.

*“Beda angle sih biasanya. Biasanya satu acara gitu, kesepakatannya aku anglenya gini dulu ya yang naik...Nah gitu biasanya biar ga sama. Kalau sudah kenal loh ya, kalau nggak kenal sih bodo amat. Kadang kalau kita ke suatu acara berdua, kan masih banyak wartawan yang lain. Wartawan yang lain kita nggak bisa ngontrol,*

*kalau dengan kesepakatan dengan wartawan yang paling dekat saja dengan kita baru bisa kontrol.”* (Rahmad Suryadi, Lenteratoday.com, 2023)

Sederhananya, mencari perbedaan *angle* tidak menjadi jaminan berita yang ditulis akan berbeda dari media lain. Masyarakat digital yang menuntut kecepatan informasi pada akhirnya menjadi pilihan utama dibandingkan nilai eksklusivitas. Diperparah serangan pandemi Covid-19 yang semakin menafikan praktik jurnalisme tradisional.

Pandemi Covid-19 tidak hanya menjadi topik utama liputan jurnalistik, tetapi juga mempengaruhi jurnalisme itu sendiri, bahkan fondasi ekonomi dan peran sosialnya (Boberg et al., 2020). Pandemi Covid-19 agak sedikit berbeda dengan krisis lainnya, karena dampaknya bersifat langsung dan serba mendadak, membuat praktik jurnalistik tradisional tidak dapat dipertahankan, karena semua anggota masyarakat termasuk wartawan sendiri terdampak langsung dan juga mengalami trauma di lapangan. Akibatnya, pandemi virus corona menjadi momen kritis bagi jurnalisme digital (Quandt & Wahl-Jorgensen, 2021a, 2022).

## KESIMPULAN

Temuan penelitian menunjukkan, pandemi Covid-19 telah menciptakan momen kritis jurnalisme berupa *destruction* atau penghancuran salah satu nilai yang sudah

dianggap baku dalam praktik jurnalistik, yaitu eksklusivitas pemberitaan. Atau setidaknya, berupa *acceleration* atau mempercepat proses runtuhnya semangat eksklusivitas pemberitaan yang sudah mulai terjadi sebelum pandemi, terutama menyusul perkembangan teknologi digital. Penghancuran atau akselerasi runtuhnya eksklusivitas pemberitaan ini terjadi karena tekanan internal dari redaksi, mobilitas peliputan yang terbatas semasa pandemi, dan berkembangnya aplikasi digital membuat jurnalis menjalankan praktik berbagi berita atau informasi melalui grup digital.

#### DAFTAR PUSTAKA

- Aitamurto, T., & Lewis, S. C. (2017). Open innovation in digital journalism: Examining the impact of Open APIs at four news organizations. *News Media and Society*, 15(2), 314–331. <https://doi.org/10.1177/1461444812450682>
- Al-Rawi, A. (2019). Viral News on Social Media. *Digital Journalism*, 7(1), 63–79. <https://doi.org/10.1080/21670811.2017.1387062>
- Alejandro, J. (2010). *Journalism in the Age of Social Media*.
- Antunovic, D., Parsons, P., & Cooke, T. R. (2016). ‘Checking’ and googling: Stages of news consumption among young adults. *Journalism*, 19(5), 632–648. <https://doi.org/https://doi.org/10.1177/1464884916663625>
- Arafat, R., & Porlezza, C. (2023). Exploring News Innovations, Journalistic Routines, and Role Perceptions during the COVID-19 Pandemic: A Case Study of Egyptian Journalists. *Journalism Studies*, 1–22. <https://doi.org/10.1080/1461670X.2023.2192295>
- Boberg, S., Quandt, T., Eckrodt, T. S., & Frischlich, L. (2020). ‘Pandemic Populism: Facebook Pages of Alternative News Media and the Corona Crisis—a Computational Content Analysis. *Social and Information Networks*, 1(1). <https://doi.org/https://doi.org/10.48550/arXiv.2004.02566>
- Canter, L. (2013). The interactive spectrum: the use of social media in UK regional newspapers. *Convergence*, 19(4), 472–495. <https://doi.org/10.1177/1354856513493698>
- Carlson, M., & Usher, N. (2016). News Startups as Agents of Innovation: For-profit digital news startup manifestos as metajournalistic discourse. *Digital Journalism*, 4(5), 563–581.

- Carlson, Matt. (2015). The Robotic Reporter. *Digital Journalism*, 3(3), 416–431.  
<https://doi.org/10.1080/21670811.2014.976412>
- Carlson, Matt. (2017). *Journalistic Authority: Legitimizing News in the Digital Era*. Columbia University Press.
- Cawley, A. (2019). Digital Transitions. *Journalism Studies*, 20(7), 1028–1049.  
<https://doi.org/10.1080/1461670X.2018.1481348>
- Cheruiyot, D., Baack, S., & Ferrer-Conill, R. (2019). Data Journalism beyond Legacy Media: The Case of African and European Civic Technology Organizations. *Digital Journalism*, 7(9), 1215–1229.  
<https://doi.org/https://doi.org/10.1080/21670811.2019.1591166>
- Chua, S. (2020). A Short History of Disruptive Journalism Technologies: 1960–1990. *Digital Journalism*, 8(3), 442–444.  
<https://doi.org/10.1080/21670811.2019.1679030>
- Deuze, M., & Witschge, T. (2018). Beyond journalism: Theorizing the transformation of journalism. *Journalism*, 19(2), 165–181.  
<https://doi.org/https://doi.org/10.1177/1464884916688550>
- Duffy, A., & Ang, P. H. (2019). Digital Journalism: Defined, Refined, or Re-defined. *Digital Journalism*, 7(3), 378–385.  
<https://doi.org/https://doi.org/10.1080/21670811.2019.1568899>
- Duffy, A., & Knight, M. (2019). “Don’t be Stupid.” The Role of Social Media Policies in Journalistic Boundary-Setting. *Digital Journalism*, 13(8), 961–965.
- Eldridge, S. A., & Franklin, B. (2018). Introducing the complexities of developments in Digital Journalism Studies. In S. A. Eldridge & B. Franklin (Eds.), *The Routledge Handbook of Developments in Digital Journalism Studies* (p. 12). Routledge.
- Fadli Kalaloi, A., Akbari Fitriawan, R., & Nuraeni, R. (2023). Journalism and Journalists’ Vulnerability during COVID-19 Pandemic in Indonesia. *Jurnal Ilmu Sosial Dan Ilmu Politik*, 26(3), 311.  
<https://doi.org/10.22146/jsp.68466>
- Fajarta, C. R. (2021). *381 Jurnalis Terpapar Corona, 9 Orang Meninggal*. Okezone.
- Ferrucci, P. (2017a). Technology allows audience role in news construction. *Newspaper Research Journal*, 38(1), 79–89.  
<https://doi.org/10.1177/0739532917696102>

- Ferrucci, P. (2017b). Who's in, Who's out? Constructing the identity of digital journalists. *Digital Journalism*, 5(7), 868–883.
- Goyanes, M., Castro, M. R., & Freire, F. C. (2020). Value and Intelligence of Business Models in Journalism. In J. V. Herrero, A. S. Rodríguez, R. Rebollal, & X. L. García (Eds.), *Journalistic Metamorphosis Media Transformation in the Digital Age* (Vol. 70, pp. 171–181). Springer Nature Switzerland AG .
- Hamdani, S. S. M., & Housseine, B. (2021). COVID-19 Infodemic: Media Ethics and the Challenges of Fake News. *Scholars' Journal*, 30–37. <https://doi.org/10.3126/scholars.v4i1.42460>
- Harcup, T. (2020). *What's the Point of News?* Springer International Publishing. <https://doi.org/10.1007/978-3-030-39947-4>
- Hedman, U., & Djerf-Pierre, M. (2013). The social journalist: embracing the social media life or creating a new digital divide? *Digital Journalism*, 1(3), 368–385. <https://doi.org/10.1080/21670811.2013.776804>
- Hunter, M. L. (2011). *MAPPING DIGITAL MEDIA: DIGITAL MEDIA AND INVESTIGATIVE REPORTING*.
- Iggers, J. (1999). *Good News, Bad News: Journalism Ethics and the Public Interest*. Westview Press.
- Kominfo. (2022). *Kominfo Blokir 5.299 Hoaks Covid-19 di Media Sosial*. Aptika.Kominfo.Go.Id.
- Lawrence, R. G., & Napoli, P. M. (2023). *News Quality in the Digital Age*. Routledge. <https://doi.org/10.4324/9781003257998>
- Lee, J. (2016). Opportunity or risk? How news organizations frame social media in their guidelines for journalists. *Commun Rev*, 19(2), 106–127. <https://doi.org/10.1080/10714421.2016.1161328>
- Lloyd, J., & Toogood, L. (2015). *Journalism and PR: News Media and Public Relations in the Digital Age*. Reuters Institute for the Study of Journalism.
- Lombardi, C. (2020). Online News and Advertising: What Role for Competition Law? *SSRN Electronic Journal*. <https://doi.org/10.2139/ssrn.3582360>
- Lune, H. & Berg, B. L. (2017). *Qualitative Research Methods for the Social Sciences* (9th Edition). In *Pearson Education Limited*. Pearson.
- Macnamara, J. (2014). Journalism–PR relations revisited: The good news, the

- bad news, and insights into tomorrow's news. *Public Relations Review*, 40(5), 739–750.  
<https://doi.org/10.1016/j.pubrev.2014.07.002>
- Margianto, J. H., & Syaefullah, A. (2012). *Media Online: Pembaca, Laba, dan Etika (Problematika Praktik Jurnalisme Online di Indonesia)*. Aliansi Jurnalis Independen (AJI) Indonesia.
- Masduki, M., & Prastya, N. M. (2022). Perubahan Pola Kerja Jurnalistik Pasca COVID-19 dan Penurunan Kualitas Berita di Indonesia. *Jurnal Ilmu Komunikasi*, 19(3), 266.  
<https://doi.org/10.31315/jik.v19i3.5058>
- Miles, M. B., Huberman, A. M., & Saldaña, J. (2019). *Qualitative Data Analysis A Methods Sourcebook* (M. B. Miles, A. M. Huberman, & J. Saldaña (eds.); 5th ed.). SAGE Publications, Inc.
- Mitchelstein, E., & Boczkowski, P. J. (2009). Between tradition and change. *Journalism*, 10(5), 562–586.  
<https://doi.org/10.1177/1464884909106533>
- Napoli, P. M. (2014). Automated Media: An Institutional Theory Perspective on Algorithmic Media Production and Consumption. *Communication Theory*, 24(3), 340–360.  
<https://doi.org/10.1111/comt.12039>
- Newman, N., & Fletcher, R. Kalogeropoulos, A Nielsen, R. (2019). *Reuters Institute Digital News Report 2019*. Reuters Institute Digital.
- Olsen, R. K., Pickard, V., & Westlund, O. (2020). Communal News Work: COVID-19 Calls for Collective Funding of Journalism. *Digital Journalism*, 8(5), 673–680.  
<https://doi.org/https://doi.org/10.1080/21670811.2020.1763186>
- Perreault, G. P., & Ferrucci, P. (2020). What Is Digital Journalism? Defining the Practice and Role of the Digital Journalist. *Digital Journalism*, 8(10), 1298–1316.  
<https://doi.org/10.1080/21670811.2020.1848442>
- Perreault, M. F., & Perreault, G. P. (2021). Journalists on COVID-19 Journalism: Communication Ecology of Pandemic Reporting. *American Behavioral Scientist*, 65(7), 976–991.  
<https://doi.org/DOI:10.1177/0002764221992813>
- Peters, C., & Witschge, T. (2015). From Grand Narratives of Democracy to Small Expectations of Participation. *Journalism Practice*, 9(1), 19–34.  
<https://doi.org/https://doi.org/10.1080/17512786.2014.928455>
- Quandt, T., & Wahl-Jorgensen, K. (2021a).

- The Coronavirus Pandemic as a Critical Moment for Digital Journalism: Introduction to Special Issue: Covering Covid-19: The Coronavirus Pandemic as a Critical Moment for Digital Journalism. *Digital Journalism*, 9(9), 1199–1207.  
<https://doi.org/10.1080/21670811.2021.1996253>
- Quandt, T., & Wahl-Jorgensen, K. (2021b). The Coronavirus Pandemic as a Critical Moment for Digital Journalism. *Digital Journalism*, 9(9), 1199–1207.  
<https://doi.org/10.1080/21670811.2021.1996253>
- Quandt, T., & Wahl-Jorgensen, K. (2022). The Coronavirus Pandemic and the Transformation of (Digital) Journalism. *Digital Journalism*, 10(6), 923–929.  
<https://doi.org/10.1080/21670811.2022.2090018>
- Rachman, A. (2022). *Konsep slow journalism di habitus jurnalis media daring Indonesia*. Alinea.Id.
- Siles, I., & Boczkowski, P. J. (2012). Making sense of the newspaper crisis: A critical assessment of existing research and an agenda for future work. *New Media & Society*, 14(8), 1375–1394.  
<https://doi.org/https://doi.org/10.1177/1461444812455148>
- Singer, J. (2011). Journalism and Digital Technologies. In W. Lowrey & P. J. Gade (Eds.), *Changing the News: The forces shaping journalism in uncertain times* (1st ed., pp. 213–229). Routledge.
- Syarifudin. (2021). *Lebih dari 600 Jurnalis Meninggal karena COVID-19 dalam 10 Bulan*. Sindo News.
- Thurman, N. (2018). Social Media, Surveillance, and News Work: On the apps promising journalists a “crystal ball.” *Digital Journalism*, 6(1), 1–22.  
<https://doi.org/10.1080/21670811.2017.1345318>
- Waisbord, S. (2019). The 5Ws and 1H of Digital Journalism. *Digital Journalism*, 7(3), 351–358.  
<https://doi.org/https://doi.org/10.1080/21670811.2018.1545592>
- Welbers, K., & Opgenhaffen, M. (2018). Presenting News on Social Media. *Digital Journalism*, 1–19.
- Widyantoro, A. W., & Irwansyah. (2021). Hybrid Journalism in an Online News Startup. *Education and Humanities Research*, 558, 47–55.
- Yin, R. K. (2014). *Case study research design and methods* (R. K. Yin (ed.); 5th ed.). SAGE Publications Ltd.
- Yoedtadi, M. G. (2022). PERAN JURNALISME MELAWAN PANDEMI COVID-19 MELALUI PROGRAM FJPP. *Pemberdayaan Dan Perlindungan Konsumen Di Era*

*Ekonomi Digital*.  
Zelizer, B. (2019). Why Journalism Is About  
More Than Digital Technology. *Digital  
Journalism*, 7(3), 343–350.  
[https://doi.org/10.1080/21670811.2019  
.1571932](https://doi.org/10.1080/21670811.2019.1571932)