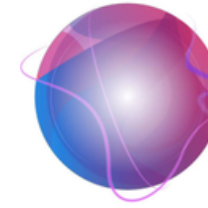




Asosiasi
Media Siber
Indonesia

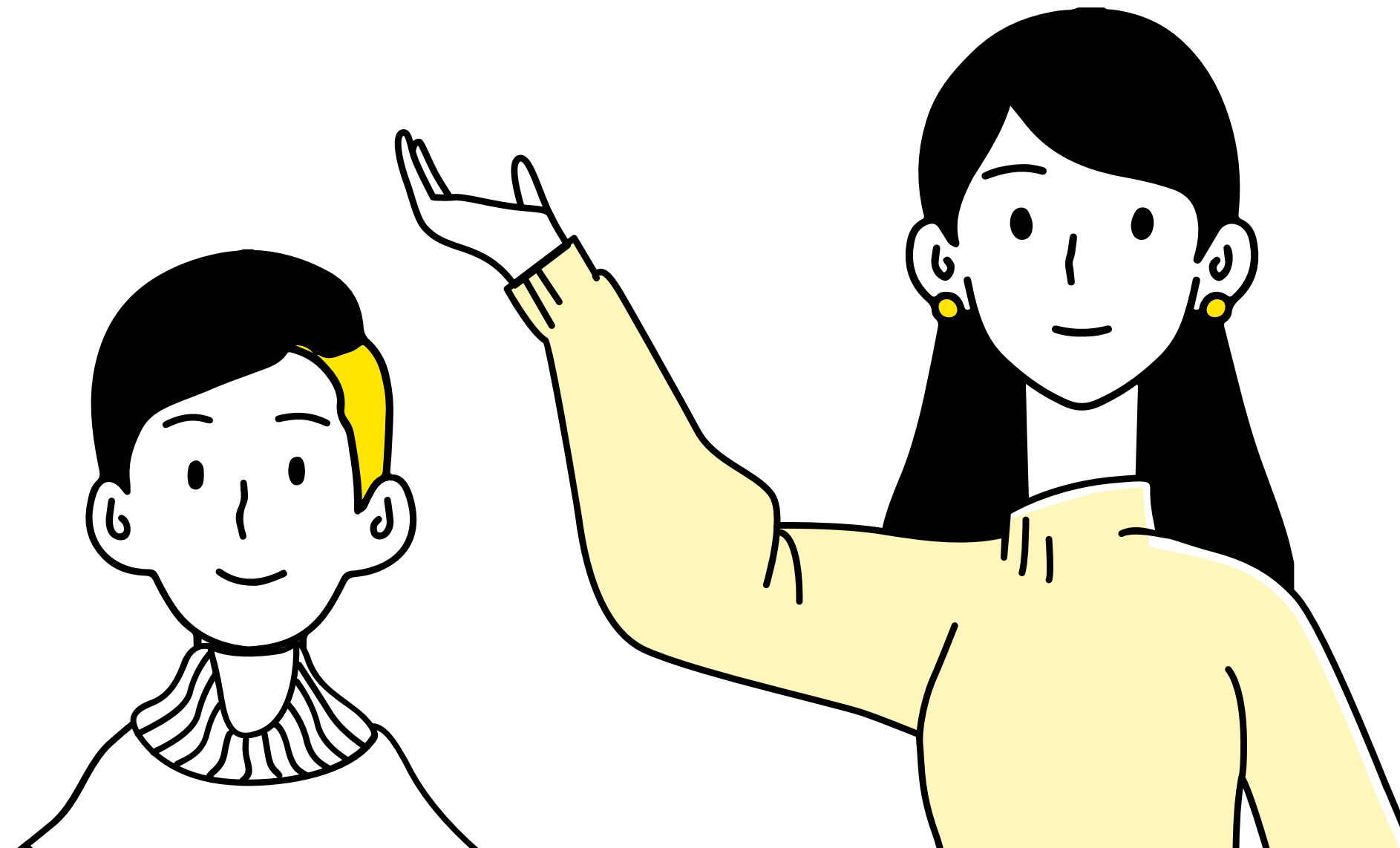
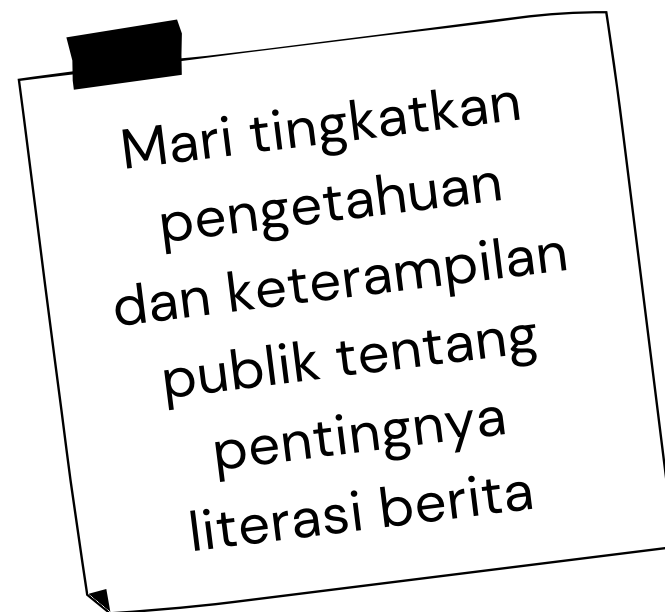
Google News Initiative



CEK FAKTA

Literasi Berita

diadopsi dari ANNIE (Asian Network of News & Information Educators)



Materi Pembelajaran

1

Dampak Media Sosial untuk Pemahaman Publik Mengenai Informasi

2

Rilis Pers dan Esensi Karya Jurnalistik

3

Mengenal Advertoiral dan Bentuk Native Advertising Lain

4

Mengenal Jurnalisme yang Mengabdikan untuk Publik

5

Meretas Algoritma Media Sosial Anda

6

Kebenaran, Bukti dan Batasan Jurnalisme

7

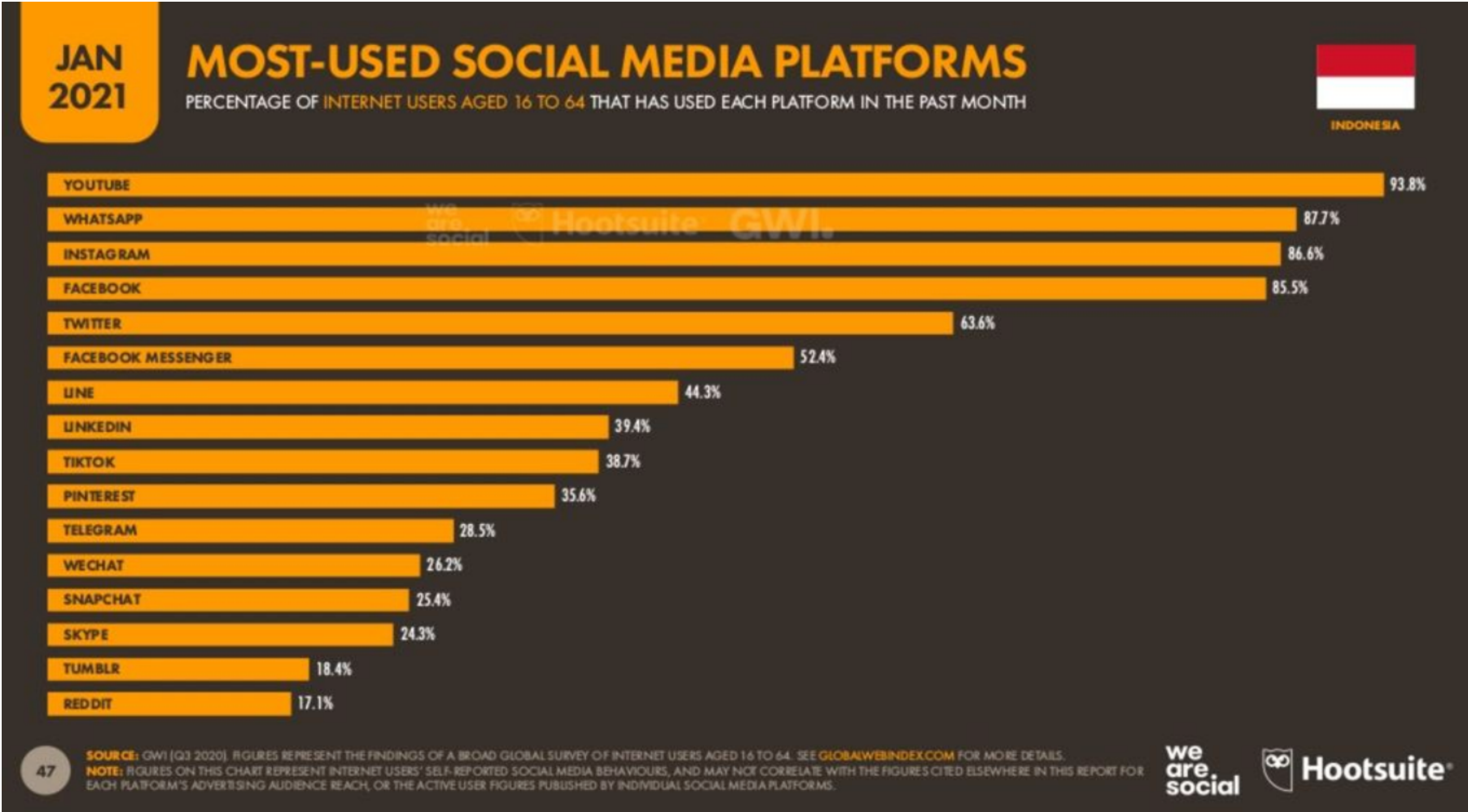
Mewaspada Makna Ganda: Efek Visual/Foto dalam Berita

1

Dampak Media Sosial untuk Pemahaman Publik Mengenai Informasi



Lanskap Media Digital di Indonesia







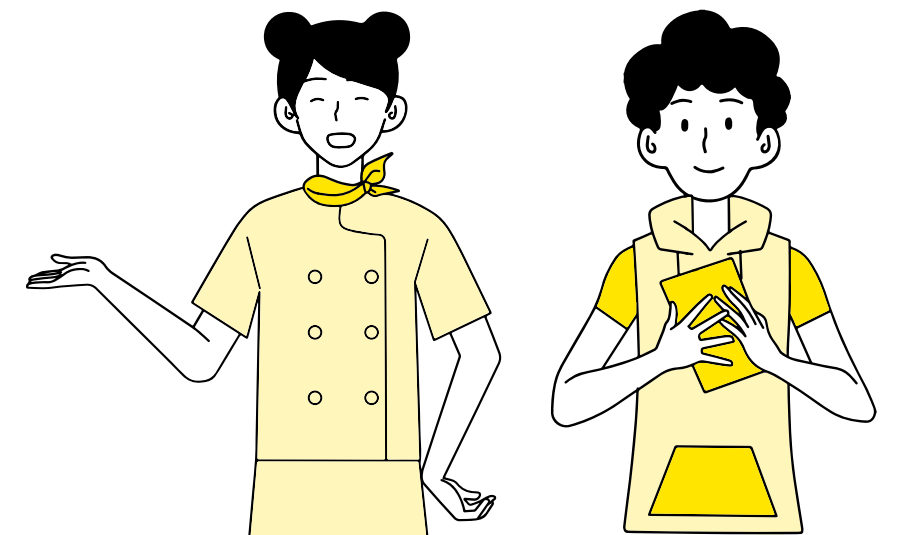
**Dampak
Negatif dari
Media Sosial**

- 1 Hoax
- 2 Kriminal
- 3 Doxing
- 4 Isu Privasi/Jejak
- 5 A-sosial

Penyebab Hoax?

- Adanya dukungan dari platform sosial media, UGC, *massenger* (layanan pengiriman pesan), dll
- Kemudahan membuat akun palsu, buzzer, cyber army, dll
- Terdapat keuntungan bisnis: adsense dll. Contoh: di AS fake news dapat \$1000/bln.
- Adanya lahan subur pada isu Covid-19, Pilpres, Pilkada, SARA, dll
- Adanya algoritma media dan sosial media yang mengikuti kebiasaan publik.
- Publik tak bisa bedakan media abal abal dan media serius atau bekerja menerapkan prinsip jurnalistik yang benar

HOAX





Kesulitan

- Beyond news – opini dan berita rekomendasi.
- Fenomena global perang melawan hoax belum efektif.
- Blokir tidak efektif, "mati satu tumbuh seribu".
- Euforia kelas pembaca C dan D yang menelan mentah-mentah semua informasi yang beredar di media sosial.
- Banjir informasi membuat pembaca sektarian, memilih berita sesuai preferensi pendiriannya.



5 Ciri Hoax

- 1** Judul cenderung provokatif, "kompromi" atau klik.
- 2** Akun baru dibuat
- 3** Nama situs media mirip dengan media besar/ tidak jelas/ abal-abal
- 4** Foto menipu, tak sesuai dengan caption atau isi berita.
- 5** Konten opini, tidak jelas sumber berita, minim fakta, konten cenderung menjiplak (clone), tidak jelas sumbernya.

Diskusi



- Berapa banyak hoax yang Anda terima selama satu minggu ini?
- Sebutkan setidaknya 3 hoax.
- Apa yang mendasari berita tersebut hoax?



**Dampak
Positif dari
Media Sosial**

- 1 Sumber Informasi
- 2 Sumber promosi
- 3 Sumber distribusi
- 4 Sumber monetisasi
- 5 Interaksi

Contoh Dampak Positif di Media Sosial

 **TMC Polda Metro Jaya** @TMCPoldaMetro · Apr 30

21.28 Sat PJR Dit Lantas PMJ melakukan evakuasi dan pengaturan lalu lintas kecelakaan beruntun 11 kendaraan di Km. 14 Tol Warakas arah Pluit, 1 orang mengalami luka2 dan kecelakaan sudah dalam penanganan petugas. Arus lalu linta sudah kembali normal.



1 13 39

 **Mahfud MD** @mohmahfudmd

Menteri Koordinator Bidang Politik, Hukum, dan Keamanan RI
Kabinet Indonesia Maju 2019-2024

Jakarta Joined April 2011

638 Following 3.7M Followers

Followed by DroneEmpriT_Live, Budi Karya Sumadi, and 133 others you follow

Tweets Tweets & replies Media Likes

 **Mahfud MD** @mohmahfudmd · 11h

Bnyk termakan bohong. Katanya sy bilang "korupsi boleh asal ekonomi bagus". Itu bohong. Krn sahabat sy @mashikam ikut kemakan hoax itu maka sy buat penjelasan ini utk Mas Hikam. Utk yg lain, yg biasa mengunyah hoax, tak perlu sy klarifikasi.



akun resmi dari jogjaupdate.com | berbagi cerita, informasi dan berita |
promo/iklan: mail.jogjaupdate@gmail.com | redaksi: mail@jogjaupdate.com |
[#PAIJO](https://www.instagram.com/jogjaupdate)

[Translate bio](#)

Yogyakarta jogjaupdate.com Joined March 2010

64.6K Following 956.1K Followers

Followed by SAFEnet, ObrolanJogja, and 31 others you follow

Tweets Tweets & replies Media Likes

Contoh Dampak Positif di Media Sosial

Kitabisa @kitabisacom · Jun 14

Gak cuma bantu dgn donasi, temen-temen jg bisa kok bikin galang dana sendiri lho buat bantu temen-temen lainnya yg kesulitan bayar biaya UKT.

Caranya klik aja
bit.ly/galangdanakita...

Bantu Mahasiswa Lanjutkan Kuliah

Banyak mahasiswa kurang mampu yang masih semangat dan gak mau menyerah untuk terus kuliah. Tapi mereka terpaksa berhenti di tengah jalan karena keterbatasan biaya.

Yuk, kita bantu agar mereka tetap bisa kuliah dan terus berjuang untuk mewujudkan cita-citanya.

Klik: galangdana.kitabisa.com

RT atau screenshot poster ini dan bantu sebarkan di akun Twitter-mu. Supaya makin banyak mahasiswa yang bisa terus melanjutkan pendidikan.

Setelah denger aspirasi dari temen-temen, kami membuka 13 wilayah baru agar warga yg lagi isoman bisa dapet bantuan.

Isi form bit.ly/daftarbantuanisoman & lampirkan foto bukti positif #COVID19.

Nanti akan diverifikasi buat disalurkan bantuan selama persediaan masih ada.

Bit, Lampung, Padang, Pekanbaru, Tangerang Selatan, dan Pontianak yang butuh bantuan selama isoman, sekarang kamu sudah bisa ajukan bantuan dengan isi formulir:

bit.ly/daftarbantuanisoman

Akan kami kirimkan **bantuan paket sembako** hasil donasi #OrangBaik di #WargaBantuWarga.

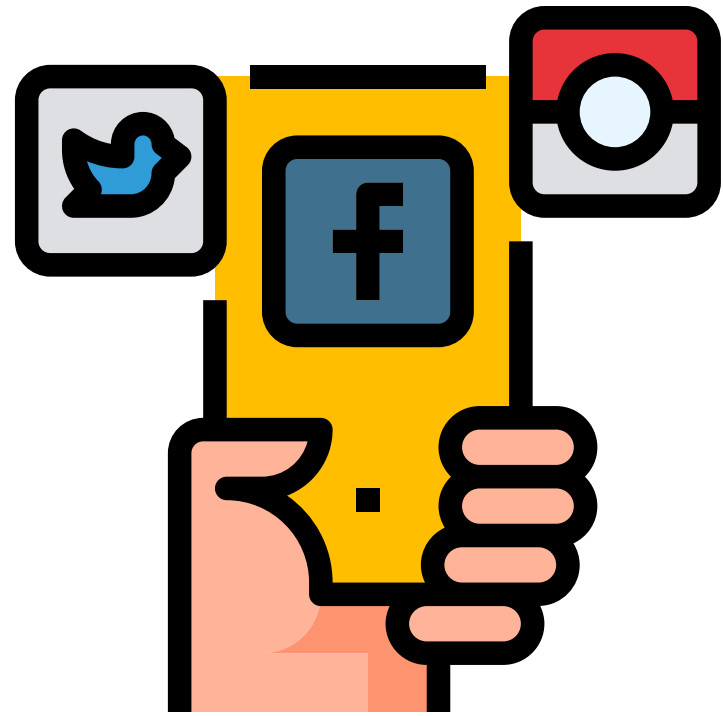
GRATIS!

S Fakta soal pemerintah Indonesia kirim bantuan untuk tangani banjir di China.

Diteruskan

Betapa amat sangat pedulinya pemerintahan Jokowi terhadap penderitaan rakyat RRT 🙏🙏

CEK FAKTA: Benarkah Pemerintah Indonesia Kirim Bantuan Rp 224 ...
Fakta soal pemerintah Indonesia kirim bantuan untuk tangani banjir di China.
suara.com



Konten Sosmed

1

Informasi Penting

Keputusan, peraturan, edukasi, dan kebijakan dan informasi penting lainnya

2

Informasi Menarik

Human interest, profil, tokoh, hiburan, dan feature unik lain

3

Promosi Program

Kegiatan, info program, agenda, laporan

Hal-Hal yang Perlu Diperhatikan

Saat membuat Konten

ISU UTAMA

Memahami isu yang diangkat, bisa berupa produk yang dimiliki

IMAJINASI & KARAKTERISTIK

Memiliki dan menjaga karakteristik akun yang dipegang sehingga ada ciri khas, olah dengan imajinasi yang *out of the box*.

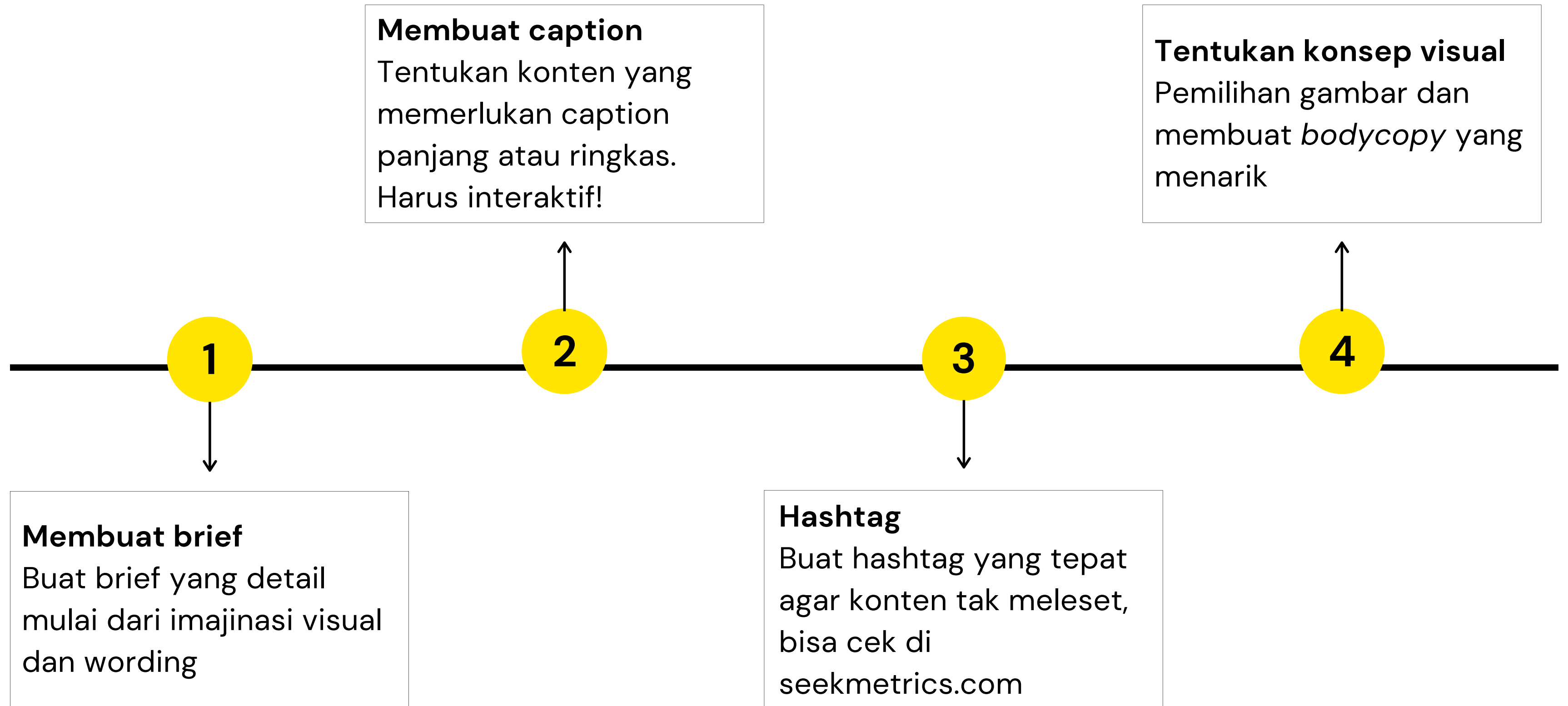
MEMAHAMI AUDIENS

Amati sifat-sifat netizen yang jadi segmentasi untuk konten tersebut, sehingga *output*-nya akan sesuai minat mereka.

KONTEN FINAL

Menghasilkan konten visual dilengkapi *bodycopy* (teks penjelasan) dan didukung dengan caption.

Membuat Konten



2

Rilis Pers dan Esensi Karya Jurnalistik



Apa Perbedaannya?

- Rilis Pers atau Siaran Pers
- Berita
- Jurnalistik



Siaran Pers

- 1 Sengaja dibuat oleh lembaga tertentu (korporasi, pemerintah, ormas, LSM, dll) untuk tujuan promosi atau membangun citra yang positif
- 2 Umumnya rilis pers tidak memberikan konteks
- 3 Cenderung satu sisi
- 4 Jurnalis bersifat pasif dalam mendapatkan konten rilis

Berita

1

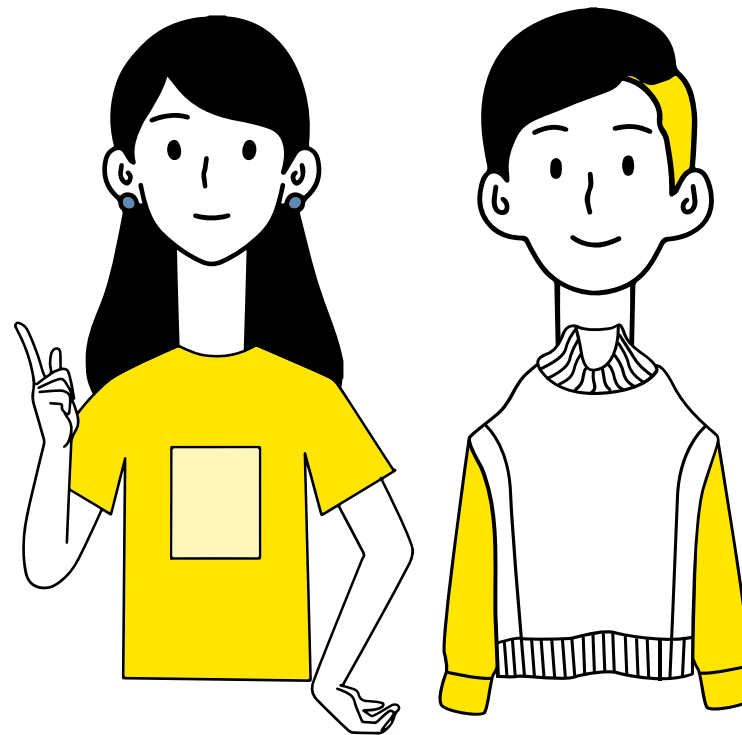
Produk dari kerja reportase dengan memenuhi kaidah-kaidah jurnalisme

2

Objektif (memuat berbagai perspektif) dan memberi konteks

3

Tanggung jawab sosial



3

Bukan didedikasikan untuk sebuah kampanye positif atau promosi lembaga dan produk tertentu

4

Menjadi bagian dari pemenuhan empat fungsi pers

Jurnalisme

1

Serangkaian aktivitas untuk menghadirkan informasi bagi masyarakat dengan memenuhi parameter tertentu.

2

Menjunjung tinggi nilai-nilai kebenaran

3

Mematuhi standar etika

4

Mendukung kepentingan publik

5

Menekankan pada verifikasi atas klaim dari sumber informasi/narasumber

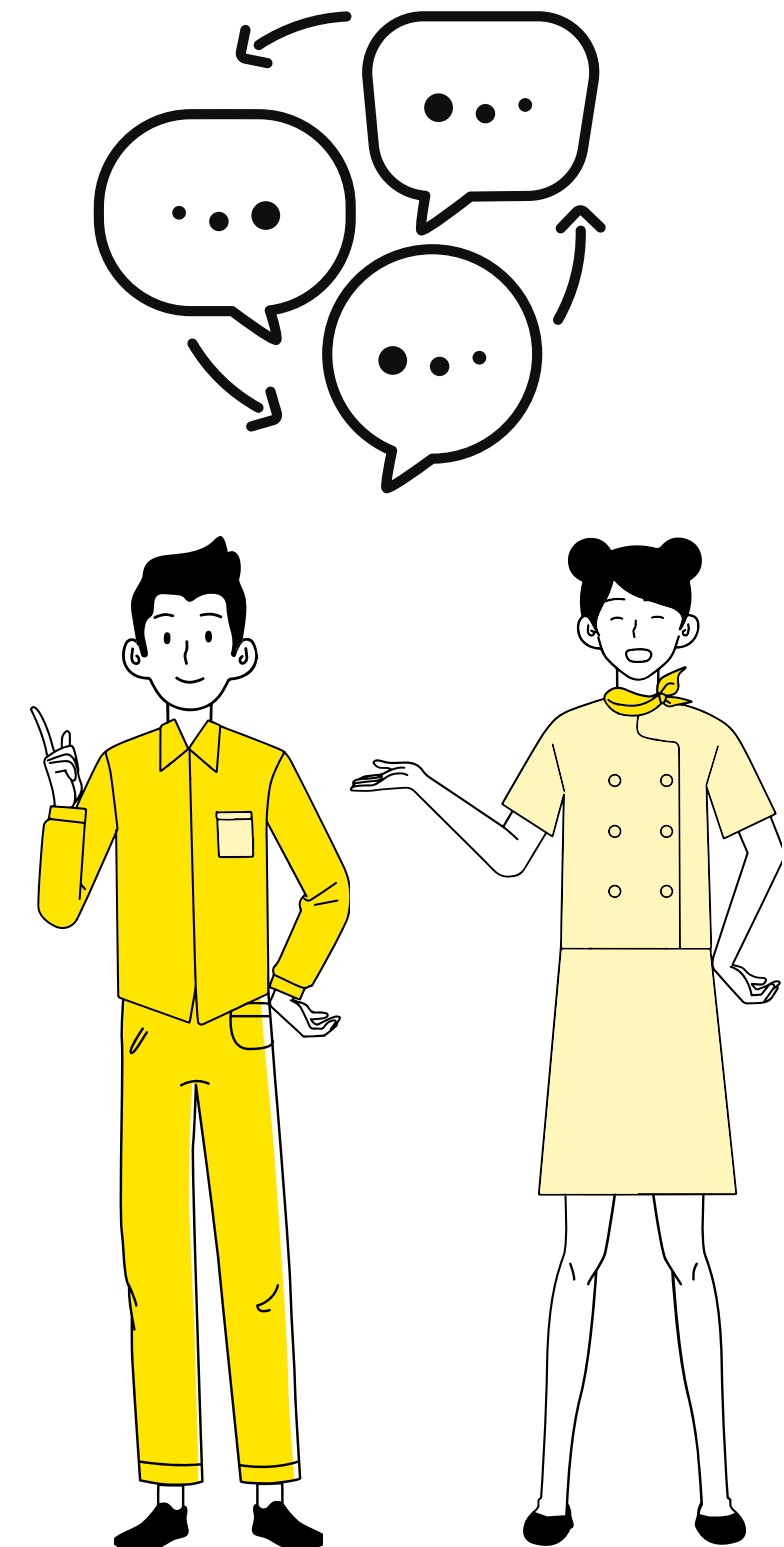
Dampak Siaran Pers



- 1** Sebagian artikel di media massa ditulis benar-benar mirip, atau paling tidak menyerupai siaran pers. Hanya sedikit modifikasi teks, atau bahkan dimuat apa adanya.
- 2** Tidak ada proses verifikasi terhadap kebenaran yang termuat dalam siaran pers. Tidak juga ada usaha untuk menginvestigasi lebih jauh
- 3** Masyarakat konsumen informasi perlu sekali mendalami bacaan di media massa.

Tugas

- Temukan siaran pers dan artikel berita (diterbitkan oleh outlet berita terkenal) tentang topik / acara yang sama.
- Bandingkan keduanya dan diskusikan perbedaan dan persamaannya.



3

Mengenal Advertorial dan Bentuk Native Advertising Lain



Native advertising adalah bentuk iklan berbayar yang ditampilkan mengikuti format penulisan artikel pada umumnya. Begitu juga *layout*, bahkan hingga jenis *font* dan olah gambar atau videonya.



1

Dari sisi *traffic* dan *engagement* lebih menarik

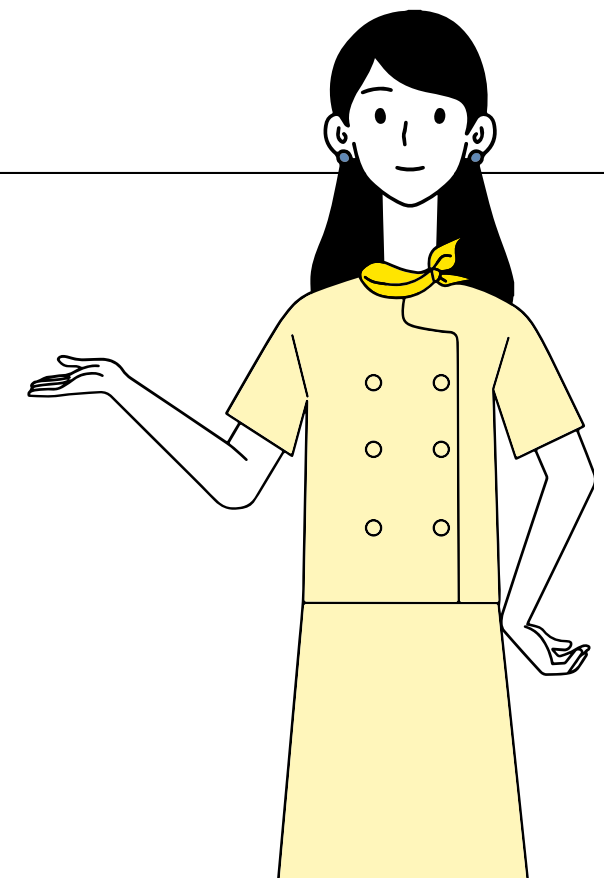
2

Mempunyai *experience* atau pengalaman yang bagus bagi *user* atau pembaca

3

Seperti bukan melihat iklan pada umumnya, melainkan terlihat seperti konten

**Mengapa
Native Ads
Disukai
Pengiklan?**



Ciri-Ciri Native Ads

1

Memiliki penanda berlabel "Ads", "Iklan", atau "Sponsored"

Ad <https://www.sc.com/vkta-online/ajukan-sekarang> (021) 57999911

Kredit Tanpa Agunan StanChart - Bunga Rendah 0.65% Limit 300jt

Pinjam uang tanpa jaminan sampai 300jt, bunga rendah 0.65%, bisa dicicil bulanan s/d 5th.

Syarat limit Kartu Kredit 12jt, proses **online** dan cepat. Ajukan aplikasi Anda sekarang! Tanpa BPKB. Bisa dicicil bulanan. Bisa dicicil sampai 5 th. Tenor Sampai 5 tahun. Mulai dari 25juta.

2

Menyerupai konten namun terlihat tidak independen. Contoh: Judul, summary, dan foto terlihat lebih atraktif, dan menarik, bahkan cenderung menipu.



Kami menjadi kaya dalam 1 bulan! Begini caranya...



Saya menghasilkan Rp9.600.000 satu hari dengan metode ini!

Jenis Native Ads

1

Promoted listings

Promoted listings adalah salah satu jenis native advertising yang sering kali dijumpai di situs e-commerce. Biasanya, jenis iklan ini akan menampilkan produk bersponsor dan ditempatkan sesuai kategori.

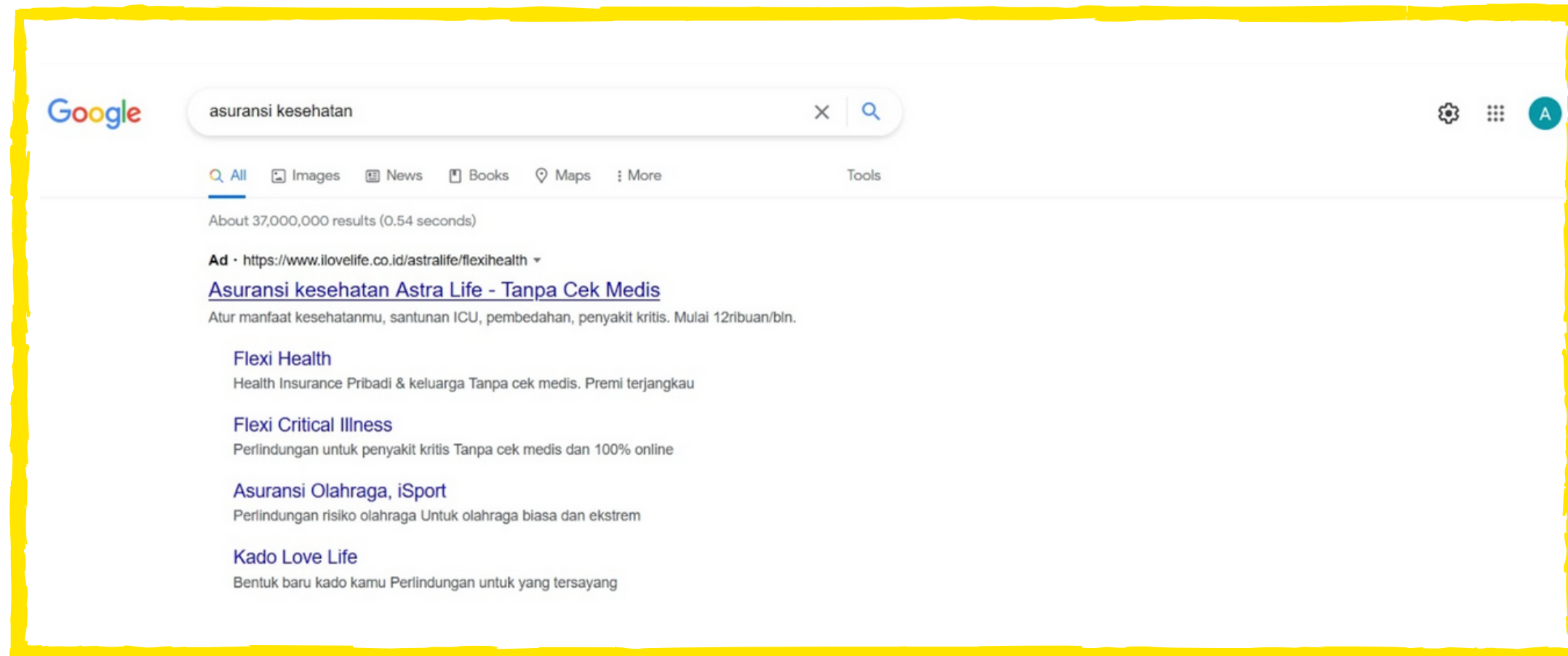
The screenshot displays a typical e-commerce interface. At the top, there are navigation options: 'Kategori Pilihan' (Selected Categories) with icons for TV, Peralatan Masak (Cooking Utensils), Gelang (Bangles), and Perhiasan (Jewelry); and 'Top Up & Tagihan Lihat Semua' (Top Up & Billing See All) with tabs for Pulsa (Credit), Paket Data (Data Package), Listrik PLN (PLN Electricity), and Flight. Below this is a search bar for 'Nomor Telepon' (Phone Number) and 'Nominal' (Amount), with a 'Beli' (Buy) button. A horizontal menu below the search bar lists various categories: Kategori, Semua Promo, Kesehatan, Makanan & Minuman, Dapur, Emas, Handphone & Tablet, and Elektronik.

The main content area features a 'Kejar Diskon' (Race for Discount) banner with a countdown timer showing '00 : 17 : 58' and a 'Lihat Semua' (See All) link. Below the banner are several product listings:

- M5 SMART WATCH**: A smartwatch with various icons representing features like health, music, and connectivity.
- blantera**: A pair of black headphones.
- BACK TO BLACK PERMANENT**: A hair care product bottle.
- JETE X GA3 SERIES GAMING HEADSET**: A gaming headset with a microphone.
- CLEAN CARE**: A bottle of hand sanitizer.
- HAND SANITIZER 500 ml**: A red vertical banner for hand sanitizer.
- DCL ALFIRO 305 NHD**: A desk lamp.

A 'Chat' button is visible in the bottom right corner of the product listings area.

Jenis Native Ads



Paid search ads

Jenis native advertising yang satu ini adalah jenis yang sering kali ditemukan di halaman pencarian Google. Ketika ada konten yang dilabeli "Ads" atau "Sponsored" di halaman pencarian Google, itu disebut sebagai paid search ads.

2

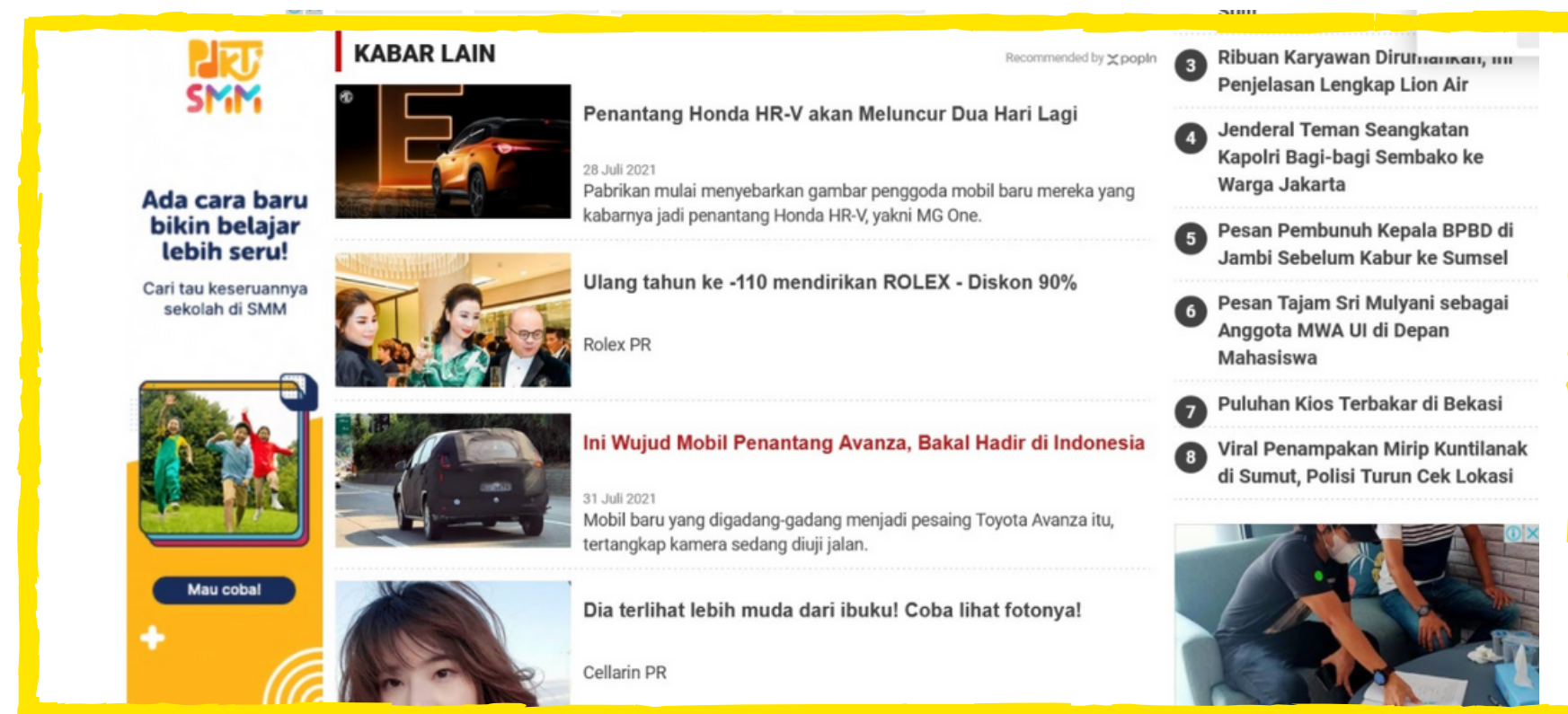
Jenis Native Ads

3

Content recommendation engine widgets

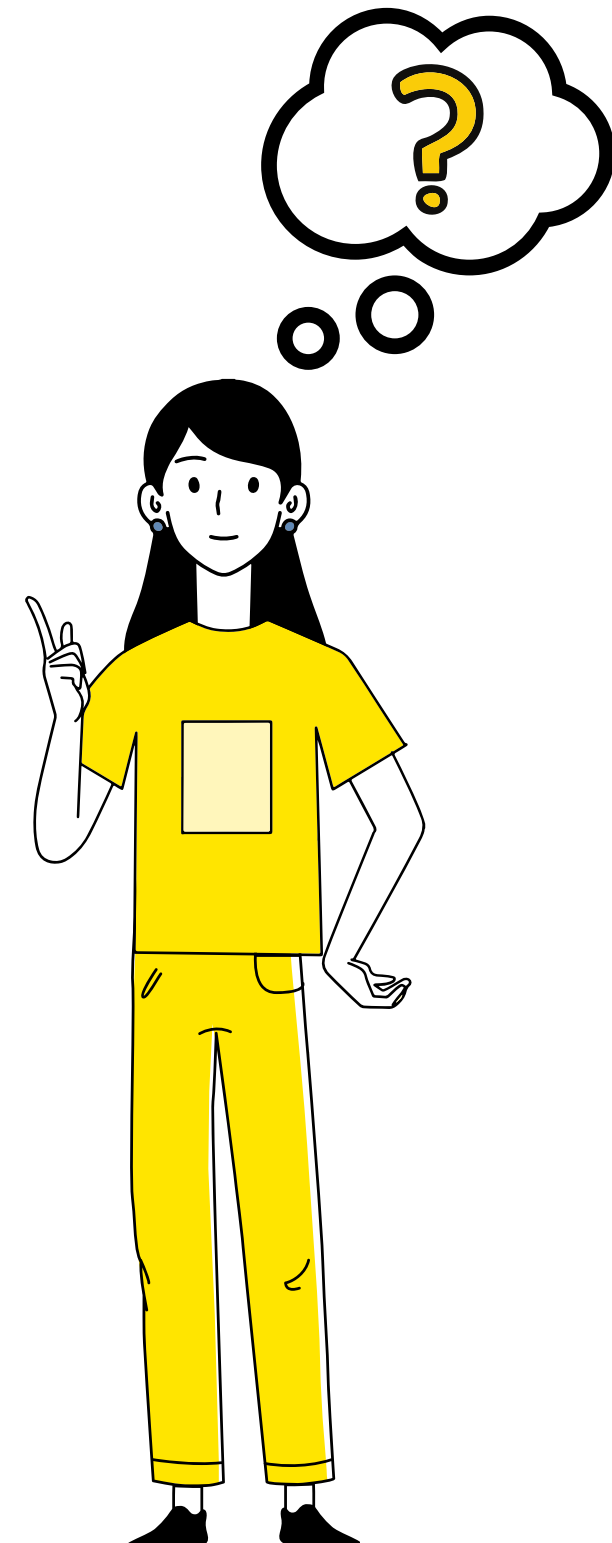
Jenis iklan yang satu ini akan sering ditemukan di akhir artikel pada suatu website. Biasanya, di akhir artikel ada tulisan "Direkomendasikan untuk Anda" atau dengan istilah "Kabar Lain" atau "Baca Juga".

Biasanya, konten-konten yang direkomendasikan adalah konten-konten yang disukai pembaca. Nah, iklan ini cocok digunakan bagi marketer yang menggunakan *content marketing* untuk meningkatkan brand dan memperoleh prospek. Sebab recommendation widgets akan memudahkan dalam mendapatkan *traffic* dari situs web orang lain.



Bagaimana Seharusnya Masyarakat Memaknai Native Ads?

- 1 Konten bersponsor umumnya menyerupai laporan berita, tetapi kurang independen
- 2 Tidak peduli seberapa informatif artikel yang ditayangkan, tujuan pengiklan adalah untuk mempromosikan produk, orang atau layanan
- 3 Konten bersponsor hanya memberikan sisi positif dari sebuah cerita. Informasinya mungkin benar, tetapi tidak lengkap dan pembaca tidak akan mendapatkan gambaran lengkapnya.



Mari berdiskusi!

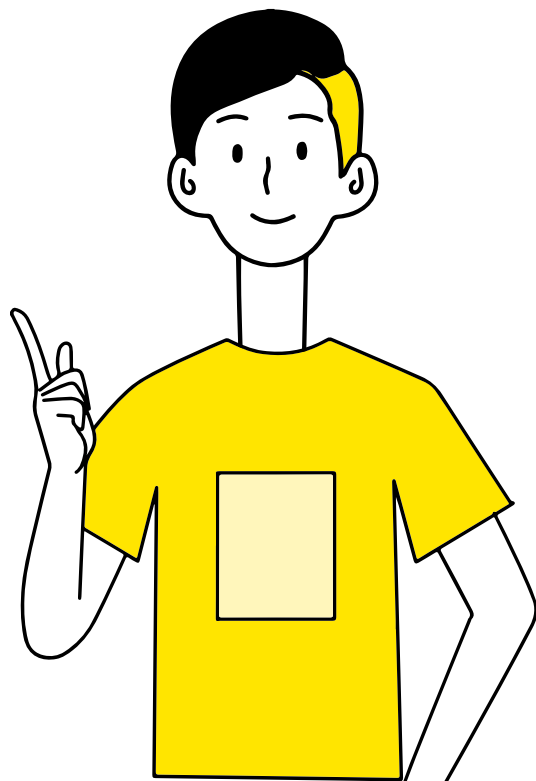
Buka gadget Anda dan mulai berselancar di internet

1

Cari mana iklan asli dan native ads

Diskusikan informasi penting apa yang mungkin hilang dalam konten promosi?

2



4

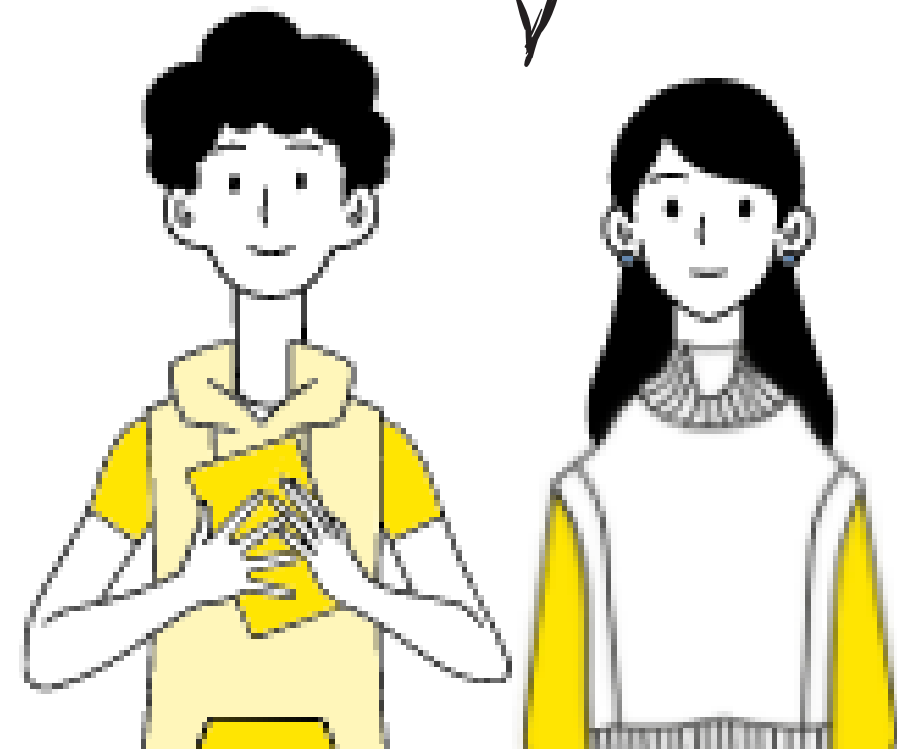
Mengenalai Jurnalisme yang Mengabdikan untuk Publik



Sebelum materi dimulai, mari berdiskusi



jurnalisme??



1

Definisikan jurnalisme dalam satu kata

2

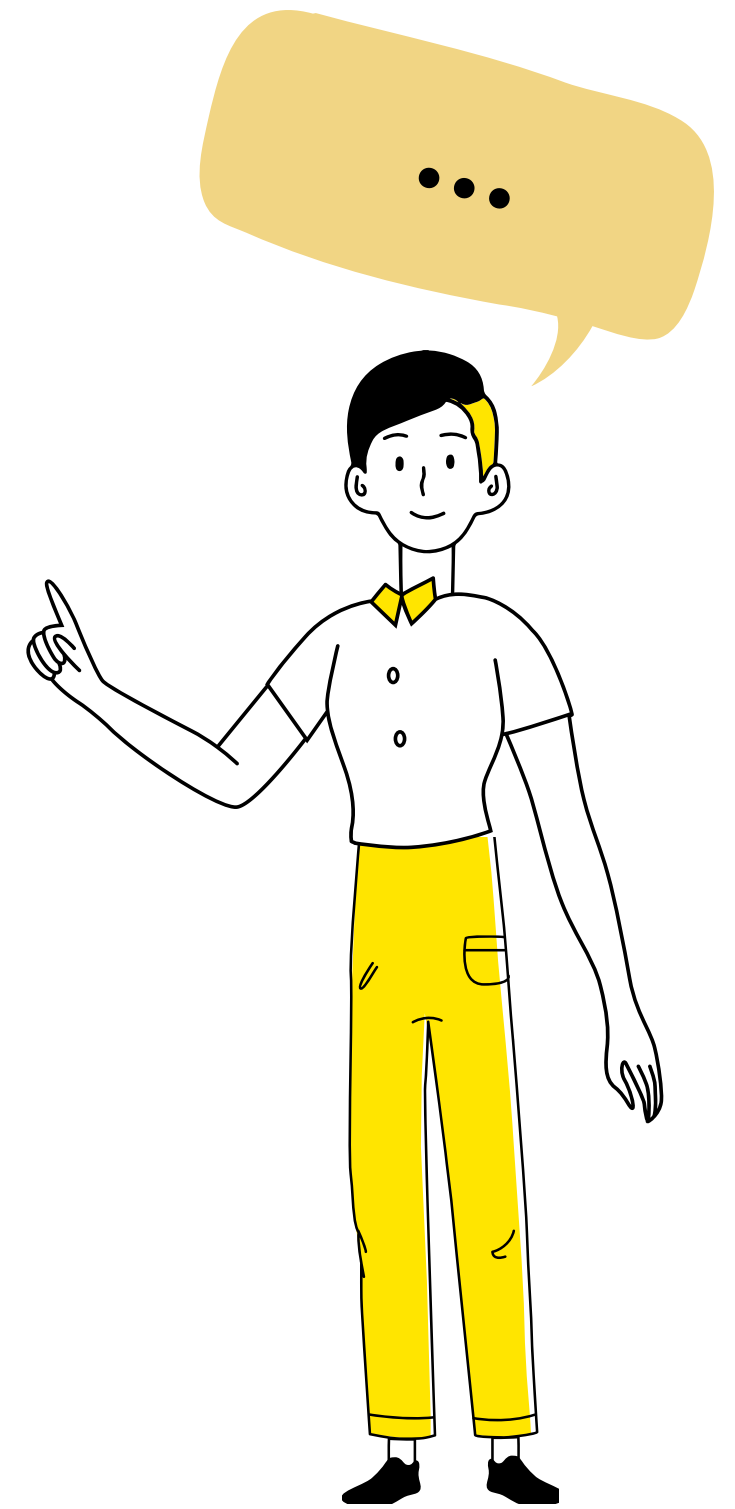
Apakah komunitas Anda memiliki rujukan website berita (news) yang praktiknya memenuhi definisi "jurnalisme" sesuai pandangan Anda?

Jurnalisme adalah sebuah informasi yang dibagikan pada periode waktu tertentu atas dasar kepentingan publik. Ini melewati proses verifikasi jurnalistik yang dilakukan secara independen dan akuntabel

Six News/Media Neighbourhoods

Jurnalisme itu "VIA"

- 1 Verifikasi:** Proses yang menetapkan atau menegaskan keakuratan sebuah informasi lewat bukti (kebenaran jurnalistik).
- 2 Independen:** Kebebasan dari kontrol, pengaruh, atau dukungan dari pihak yang berkepentingan, termasuk diri sendiri.
- 3 Akuntabel:** Ada tanggung jawab hukum, moral, dan etika dalam menyampaikan informasi



	Jurnalisme	Hiburan	Promosi	Propaganda	Informasi Mentah
Tujuan Utama	Untuk menginformasikan	Untuk menghibur atau mengajak orang untuk berinteraksi di waktu senggang mereka dalam aktivitas di mana mereka adalah partisipan pasif	Untuk menjual barang, jasa dan bakat/kepribadian dengan meningkatkan daya tarik mereka terhadap konsumen.	Untuk membangun dukungan massal terhadap sebuah ideologi dengan menciptakan dogma mengenai pemimpinnya atau menjatuhkan lawannya.	Untuk melangkahi saringan institusional dan ongkos distribusi dalam rangka menjual, memublikasikan, mengadvokasi, menghibur, dan meinformasikan.
Metode	Verifikasi, independensi, akuntabilitas	Narasi cerita, pertunjukan, seni visual & musik.	Iklan Berbayar & kegiatan Humas. Keterangan pers, pernyataan publik, pementasan, sponsor, penempatan produk, situs web, video viral, dll.	Pernyataan satu sisi atau kebohongan, menggunakan manipulasi emosi lewat gambar, memancing nilai-nilai mayoritas dan penalaran sesat	Facebook, YouTube, blogs, Twitter, situs web, komentar di situs web, surel berantai, penerusan pesan teks, selebaran, grafiti
Praktisi	Wartawan, Fotografer/videografer, editor, produser	Penulis, aktor, artis, musisi, desainer.	Biro iklan, penulis iklan, ahli humas, juru bicara pemerintah.	Oknum politik dan organisasi.	Siapa pun yang memiliki sambungan internet, mesin fotokopi, atau sekaleng cat.
Hasil	Pemberdayaan masyarakat melalui edukasi.	Pengalihan dari atau perubahan pandangan terhadap kehidupan sehari-hari. Penguatan atau kritik terhadap norma sosial.	Peningkatan penjualan barang dan jasa atau bayaran yang tinggi untuk individu yang sedang dipromosikan	Mendukung sebuah kelompok dengan ideologi tertentu dalam meraih atau menjaga kekuasaan, dengan memengaruhi opini publik dan mendorong publik untuk melakukan aksi yang konsisten dengan ideologi tsb.	Sarana ekspresi diri, hiburan, promosi, advokasi, propaganda

Sumber: Pusat Literasi Berita (*Center for News Literacy*)

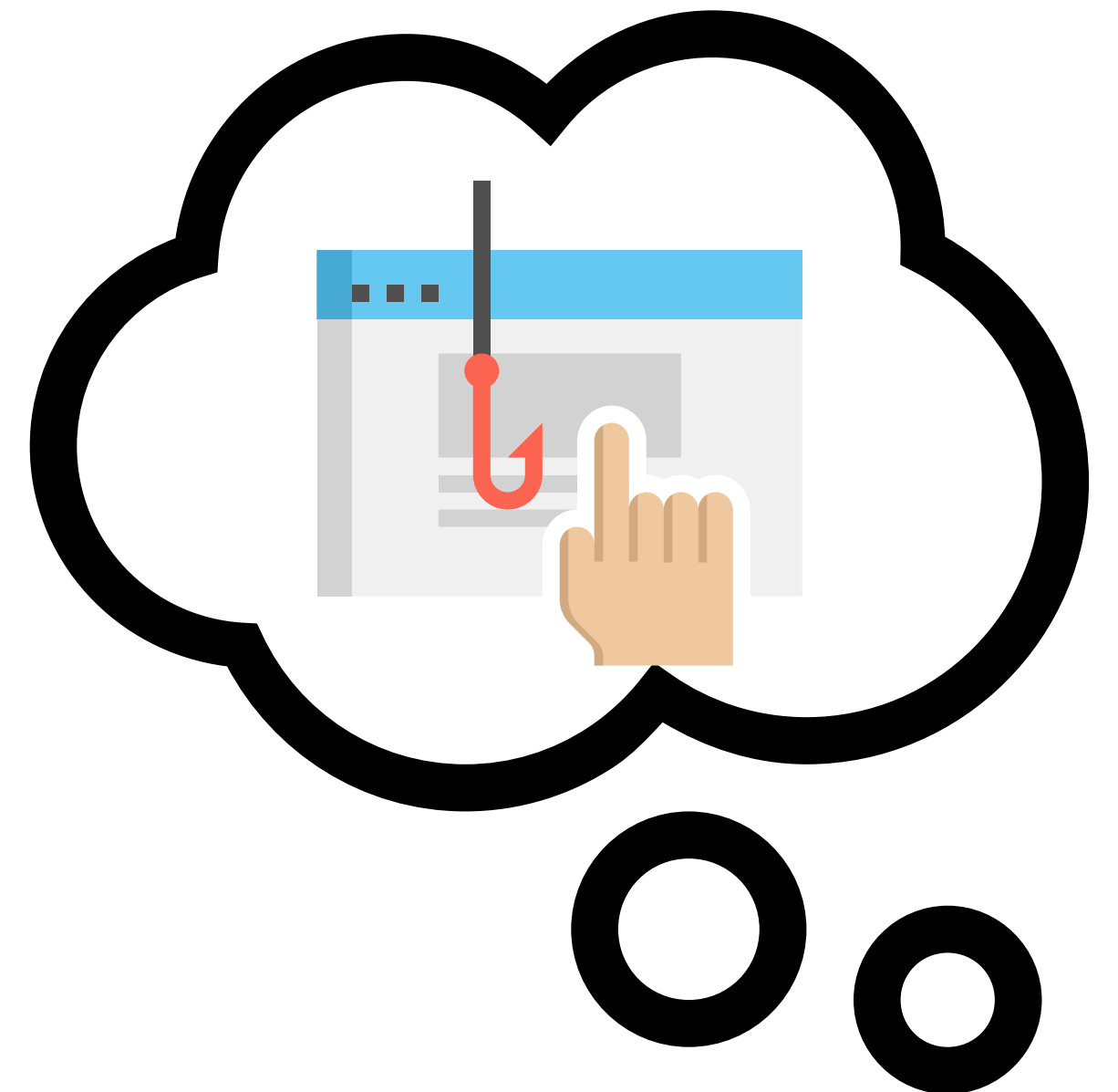
Matriks ruang lingkup informasi (information neighbourhoods) versus "VIA"

	Verifikasi	Independensi	Akuntabilitas
Jurnalisme	Bagian penting dari jurnalisme adalah memastikan kebenaran dan akurasi sebuah cerita	Agar adil dan akurat, jurnalis tidak boleh lengah terhadap pengaruh eksternal. Tujuan mereka adalah menginformasikan kepada publik	Jurnalis dan organisasi berita meyakini hasil kerja mereka, bertanggung jawab atas metode dan konten mereka, mengakui apabila melakukan kesalahan.
Hiburan	Narasi dramatis sering mengalahkan kebenaran dan akurasi. Tujuannya adalah menghibur.	Para penghibur tidak terlalu memedulikan independensi.	Penghibur biasanya bertanggung jawab atas kualitas pekerjaan mereka.
Promosi	Meskipun undang-undang berusaha mencegah penipuan dalam iklan dan publisitas, klaim berlebihan dan sepihak merupakan ciri khasnya.	Promosi memang tidak independen; pihak-pihak yang melakukannya memiliki kepentingan terhadap hal atau pribadi yang dipromosikan	Seringnya tidak jelas biro iklan dan perusahaan publisitas mana yang memproduksi materi promosi.
Propaganda	Kebenaran dan akurasi adalah musuh propaganda. Ia bertujuan untuk mengelabui dan menjatuhkan demi mendapatkan dukungan terhadap sebuah pergerakan atau kelompok.	Pada hakikatnya tidak independen.	Propagandis seringkali oportunis, menggunakan pergerakan tertentu untuk keuntungan pribadi.
Informasi Mentah	Pada tahap ini informasi tidak disaring atau diverifikasi	Mungkin ya, mungkin tidak.	Sering kali anonim, terutama daring, di mana nama pengguna dan alias menyamarkan individu penyebar informasi.

Sumber: Pusat Literasi Berita (Center for News Literacy)

Jurnalisme ≠ *Clickbait*

- 1 Menggunakan kata-kata sensasional atau melebih-lebihkan
- 2 Mempromosikan *listicle* (list + article: artikel yang dibuat dalam bentuk daftar)
- 3 Mengesampingkan fakta atau detail penting



Menilai Narasumber Pada Karya Jurnalistik

1

Authoritative

Berotoritas? (Apakah orang ini berpengetahuan?)

2

Named

Memiliki nama? (Siapa dia? Apakah kita mengetahui identitasnya?)

3

Independent

Independen? (Apakah orang ini mendapatkan sesuatu/ menerima sesuatu karena karya jurnalistiknya?)

4

Corroborated

Dapat dikonfirmasi? (Apa yang mendukung pernyataannya? Dokumen? Sumber lain?)

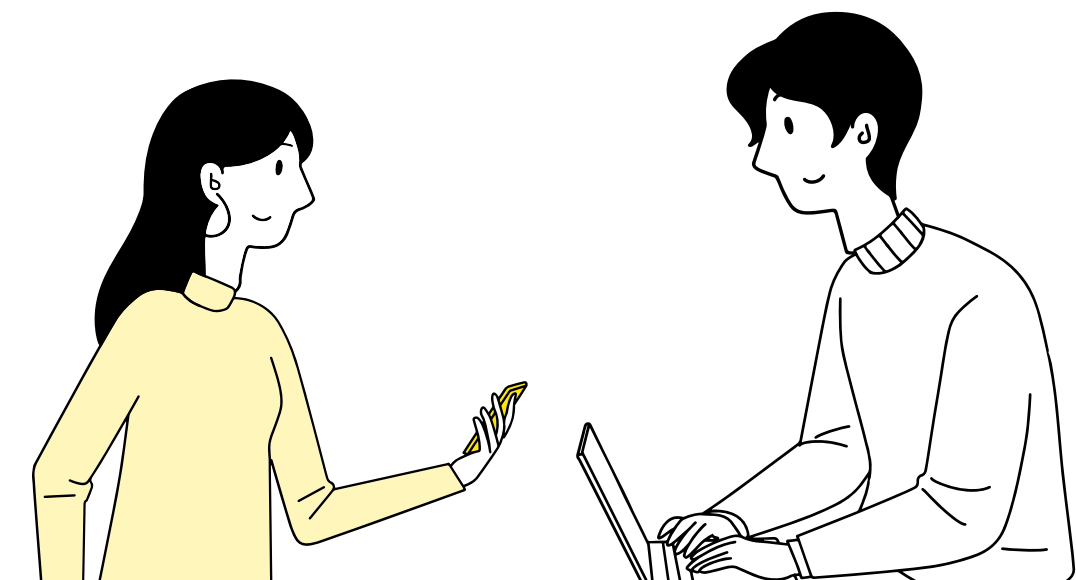
5

Provide Evidence

Memiliki Bukti? (Apakah orang ini memberikan fakta atau opini? Apakah pernyataannya terverifikasi atau setidaknya dapat diverifikasi?)

Mengapa Kita Perlu Melakukan ini?

- 1 Untuk menilai apakah berita tersebut dapat dipercaya: narasumber yang jelas = fakta yang jelas.
- 2 Agar setiap informasi memiliki sumber yang jelas dari mana asalnya – demi Anda sendiri dan saat Anda harus meneruskan informasi tersebut ke pihak lain.
- 3 Anda dapat menelusuri lebih banyak detail tentang suatu peristiwa dengan menggunakan narasumber lain.
- 4 Anda dapat meminta akuntabilitas dari seorang jurnalis atas apa yang mereka tulis.
- 5 Anda dapat memahami mengapa para media dapat mempublikasikan pemberitaan yang saling bertolak belakang mengenai peristiwa yang sama
- 6 Anda dapat membandingkan kualitas berita
- 7 Anda dapat terhindar dari jebakan “bias” dan mengidentifikasi fakta-fakta yang dapat dipercaya.



Kesalahan Umum pada Klaim Bias dalam Karya Jurnalistik

- 1 **“Media berita itu bias”**: Jadi, setiap orang yang bekerja di ruang redaksi itu bias? Bagaimana, atau bisakah anda membuktikannya? Generalisasi adalah bagian dari permasalahan.
- 2 **“Media berita tidak mengatakan yang sebenarnya”**: Artinya anda lebih mengetahui kebenaran dari pada wartawan. Bagaimana anda bisa mengetahui “kebenaran” itu?
- 3 **“Berita ini hanya melihat dari satu sisi saja. Bagaimana dengan XXX dan YYY?”**: Poin yang bagus, namun apakah “sudut pandang” di berita tersebut merupakan opini jurnalis atau narasumbernya? Juga, laporan berita berkembang dari waktu ke waktu.
- 4 **“Semua orang subjektif dan/atau bias. Tidak ada berita yang objektif.”**: Objektivitas bukan merupakan tujuan jurnalisme. Ia hanya salah satu cara agar sebuah liputan menjadi “fair dan berimbang”.

Bagaimana Cara Menemukan Bias dalam Karya Jurnalistik?

- 1 Temukan bukti adanya **pola ketidakadilan** dalam satu kurun waktu.
- 2 **Bandingkan** beberapa jenis media berita. Carilah bias dalam bentuk penghilangan yang konsisten.
- 3 Catat kepentingan yang memengaruhi dugaan bias tersebut, **termasuk diri Anda sendiri.**



5

Meretas Algoritma Media Sosial Anda

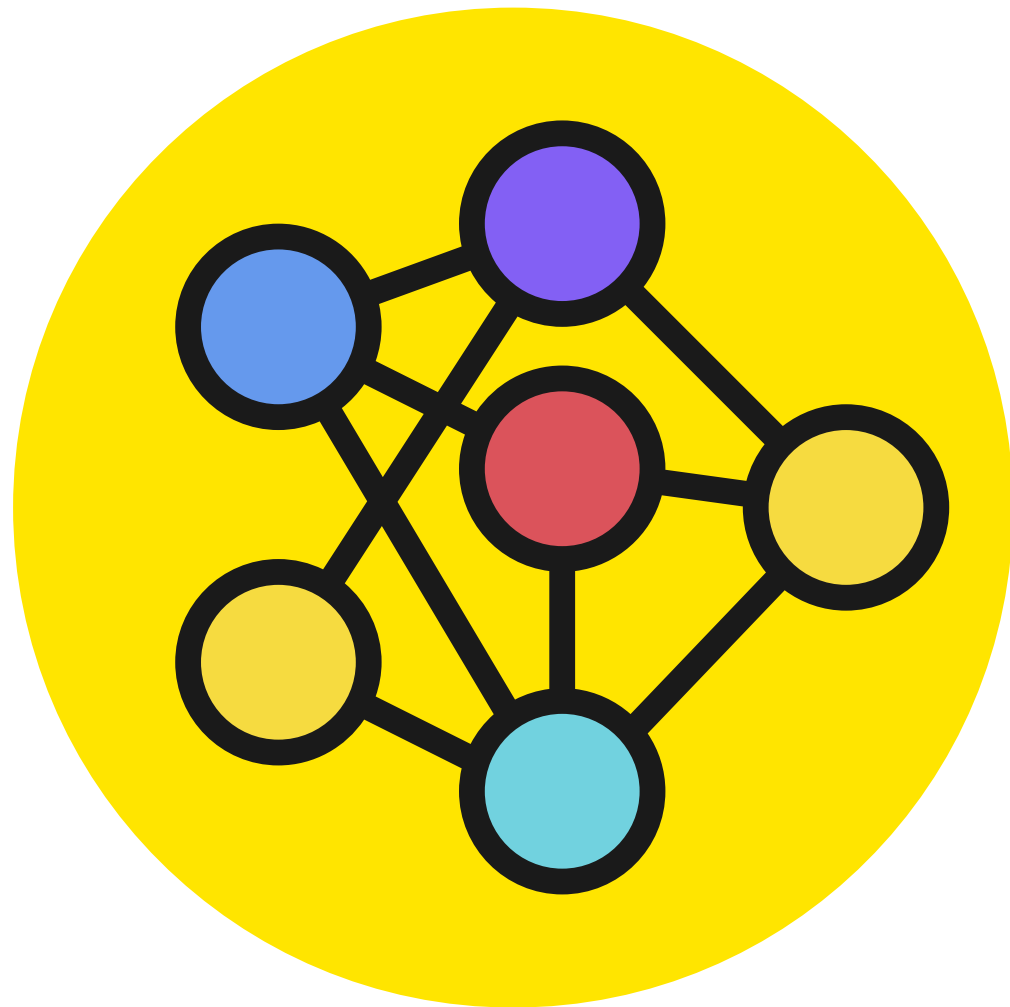


Algoritma Facebook

- 1 Terdiri dari berlapis *machine learning* yang memprediksi konten yang dianggap paling penting bagi seorang user.
- 2 Menentukan postingan yang muncul dan urutannya.
- 3 Mengevaluasi tiap postingan, memberi skor, dan mengurutkan sesuai dengan preferensi *user*.
- 4 Proses tersebut berlangsung saat *user* me-refresh *timeline*
- 5 Bertujuan agar user terus scrolling, melihat lebih banyak konten, dan pada akhirnya melihat lebih banyak iklan.



Bagaimana Algoritma Bekerja?



- 1** Facebook (FB) menilai seluruh postingan yang ada di jaringan pertemanan *user*, lalu meranking berdasarkan sejumlah parameter atau indikator: jenis unggahan (*post*), kebaruan, dan lain-lain.
- 2** Menyisihkan *post* yang sepertinya tidak disukai *user*.
- 3** *Post* yang tersisa disajikan sesuai karakter *user*, dan penyajiannya disusun (teks, foto, video) agar menarik bagi *user*.

Hal yang diperhitungkan algoritma

2021

Hubungan

Postingan siapa yang sering dibaca atau direspon oleh seorang user.
Termasuk siapa yang sering berhubungan dengan seorang user melalui messenger.

Jenis Konten

Jenis media (video, foto, link, dll) yang menjadi preferensi user.

Popularitas

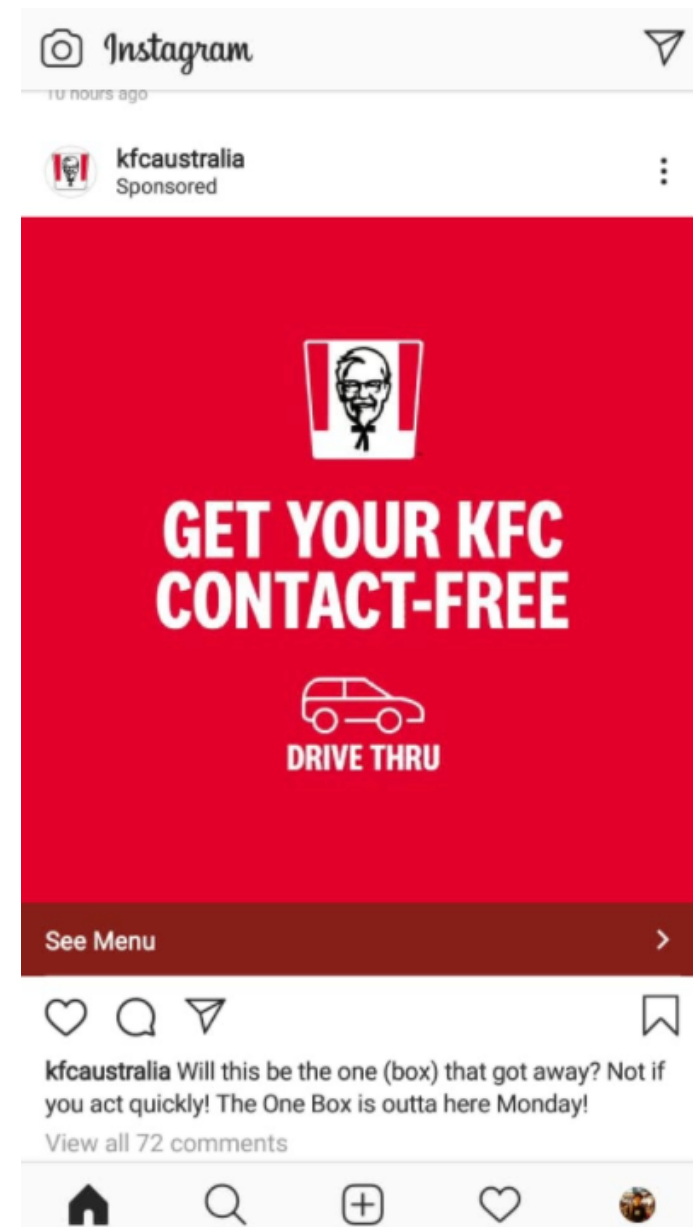
Bagaimana orang merespon postingan yang dibuat seorang user.

Kebaruan

Seberapa baru sebuah postingan. Yang paling baru berada di atas.

Filter Bubble dan Algoritma

Saat kita membuka media sosial, selalu ada iklan yang muncul, mengikuti apa yang pernah kita cari.





Mengontrol Algoritma

1 Seleksi dan batasi pertemanan

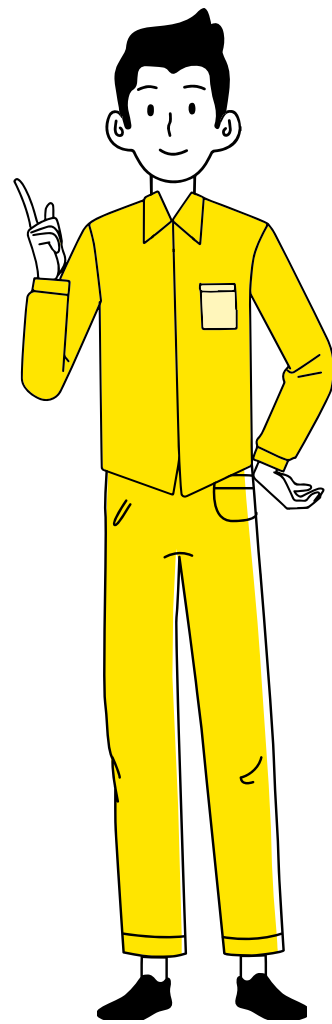
2 *Setting favourite*

3 Jangan mudah *unfriend*

4 *Setting newsfeed* menjadi "*most recent*"

5 Telusuri berbagai jenis informasi

Ice Breaking!

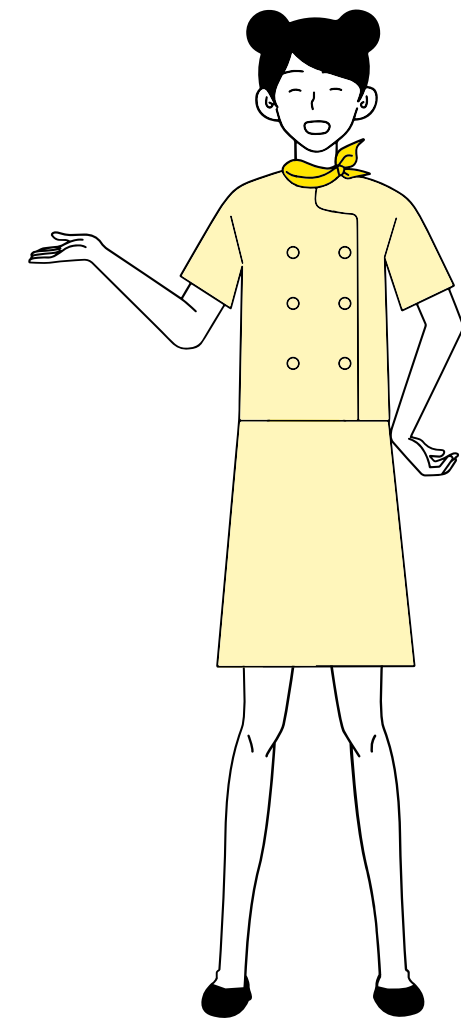


Timeline Facebook Anda

- Perhatikan *timeline*
- Kenapa konten itu muncul di *timeline* Anda

Kacaukan Algoritma

- Telusuri konten yang tidak biasa
- Cari outlet berita yang tidak pernah dikunjungi



6

Kebenaran, Bukti, dan Batasan Jurnalisme



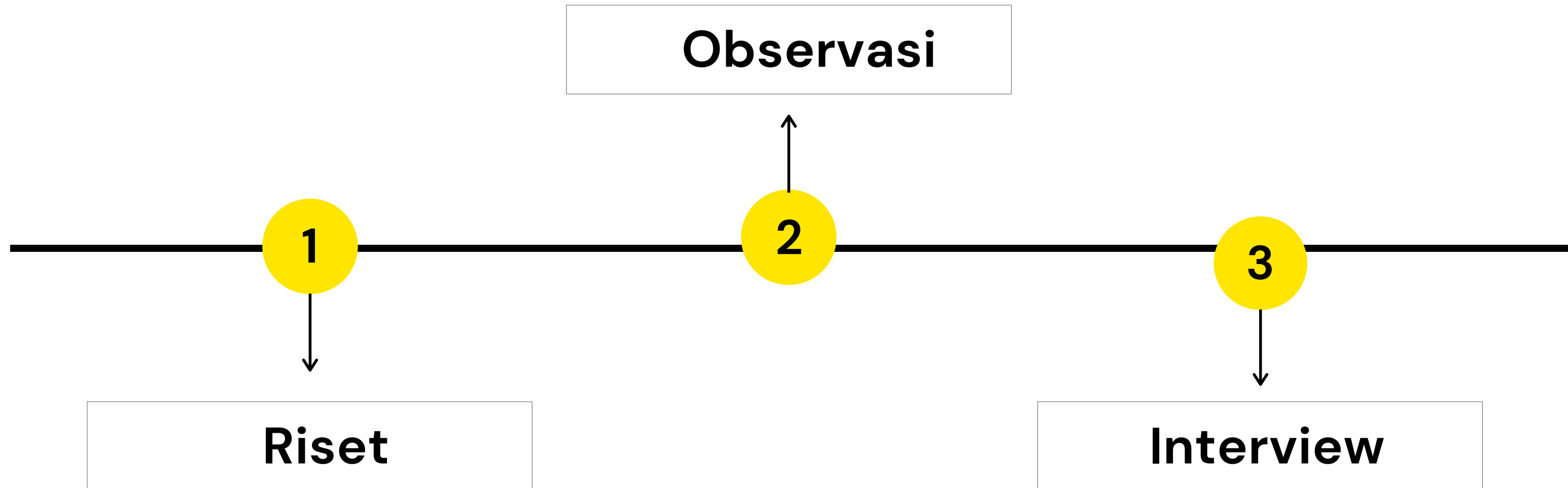
"Kewajiban pertama jurnalisme ada pada kebenaran"

Bill Kovack & Tom Rosentiel

"Loyalitas pada warga, disiplin verifikasi, independen, pemantau kekuasaan, forum kritik dan komentar publik, penting menarik dan relevan, komprehensif dan proporsional, suara hati, hak dan tanggung jawab warga."

Kebenaran Jurnalistik

berita harus benar. menguji dengan benar



Brain Storming

Sebelum melanjutkan sesi, ayo cairkan suasana dengan diskusi berikut:

- 1 Cari lima kebenaran tentang Akidi Tio
- 2 Pilih satu kebenaran
- 3 Bagaimana kebenaran dicari, diuji, ditemukan dan diuji lagi? Apa itu kebenaran jurnalistik?



Metodologi

Pencarian kebenaran



1

Riset

Riset dilakukan dengan mencari data awal. Google banyak membantu untuk riset.

2

Observasi

Observasi dilakukan secara tidak langsung, langsung, atau diam-diam. Tergantung kebutuhan pencarian kebenarannya.

3

Wawancara

Wawancara untuk keperluan konfirmasi, klarifikasi dan atau verifikasi.

Sikap Dasar

- Skeptis
- Meragu-ragu
- Tidak mudah percaya
- Mencari kebenaran

Keterbatasan Jurnalistik

Waktu

Batas waktu
(deadline) media,
target atau
performa (KPI)
kompetisi media

Sumber Daya

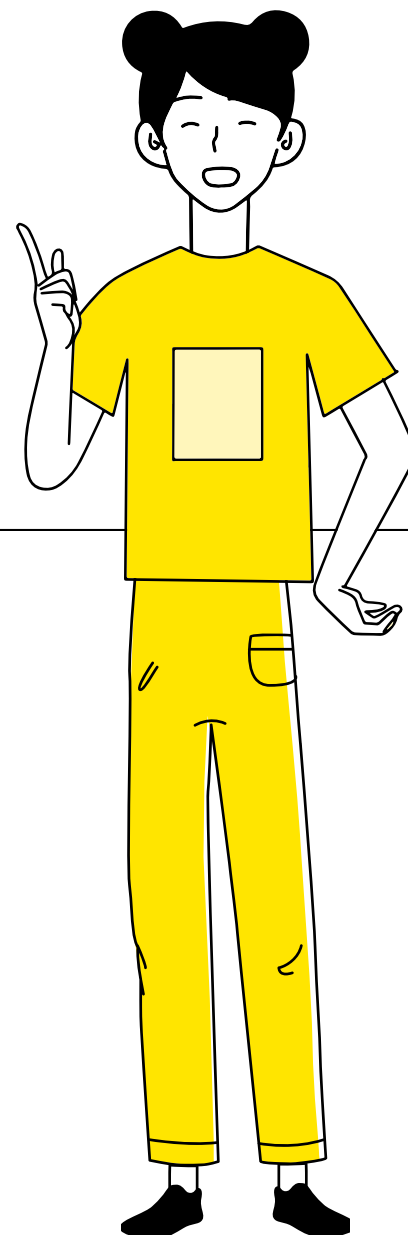
Biaya, cost, uang.
narasumber
kompeten

Aturan

Hukum, aturan
politik negara
kebebasan



**Kebenaran
merangkak**



Jurnalistik
karena sifat dan keterbatasannya

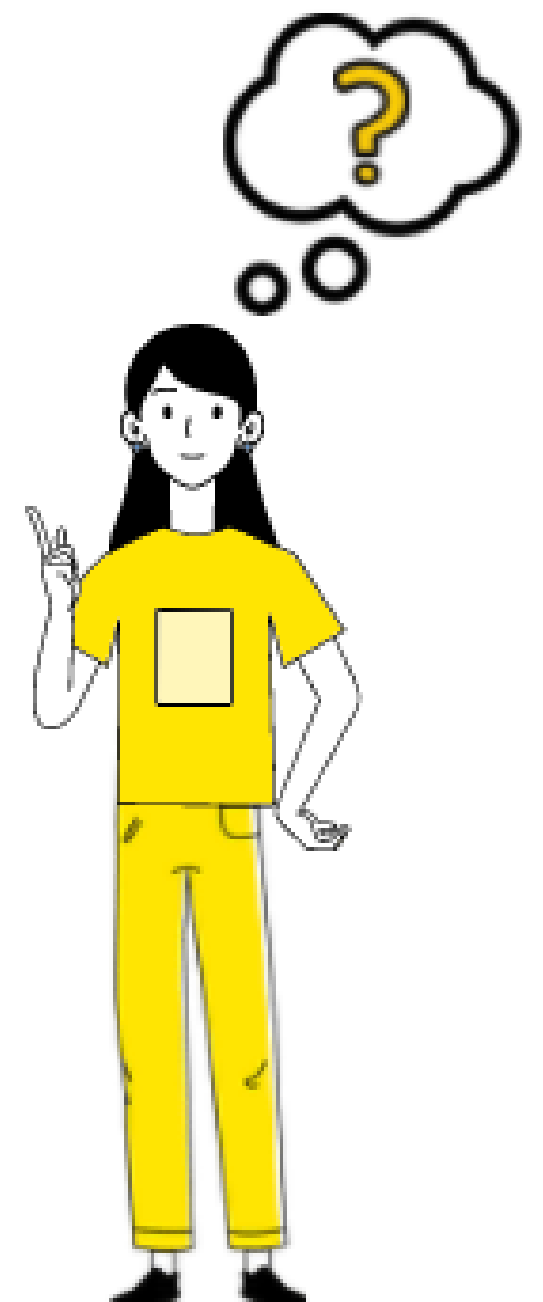
7

Mewaspadaai Makna Ganda: Efek Visual/Foto dalam Berita



Mengapa gambar (baik foto dan video) sangat berpengaruh dalam penyampaian berita?

- Menunjukkan seperti apa situasinya di lapangan.
- Mudah diingat.
- Membekukan momen (foto).
- Menangkap emosi.
- Memungkinkan kita untuk melihat dan mendengar narasumber.
- Pemahaman menjadi lebih mudah dan/atau instan.
- Reporter (pembawa acara berita) bercerita.
- Memberikan pengalaman bersama



Berita Foto ↔ Foto Berita

Ada perbedaan pengertian antara berita foto dan foto berita

Berita foto bisa berdiri sendiri tanpa narasi panjang



Fotografer Kevin Carter (Afrika Selatan)
"Seorang Bocah Sudan", Afrika

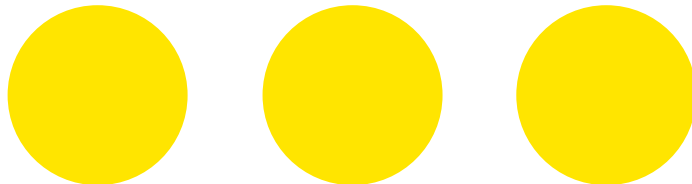
Foto berita akan mengikuti tulisan/narasi yang dibuat



Fotografer Dita Alangkara / AP Photo
"Gunung Merapi Erupsi, Beberapa Wisatawan Sengaja Datang untuk Menyaksikan", Yogyakarta

Memilih Foto Berita

Dari keempat foto ini, mana yang akan Anda pilih sebagai gambar untuk artikel Anda?



Hal Penting!

- Penafsiran foto-/videografer (kecakapan) menentukan berita.
- Pemirsa juga melakukan penafsiran terhadap foto (berita).
- Adanya gambar mempengaruhi nilai berita dan keputusan editorial.
- Efek pengamat. Efek Rashomon.
- Seperti cerita dalam bentuk teks, penuturan berita dalam bentuk video juga memiliki 'rumus' visual.
- Proses pascaproduksi.

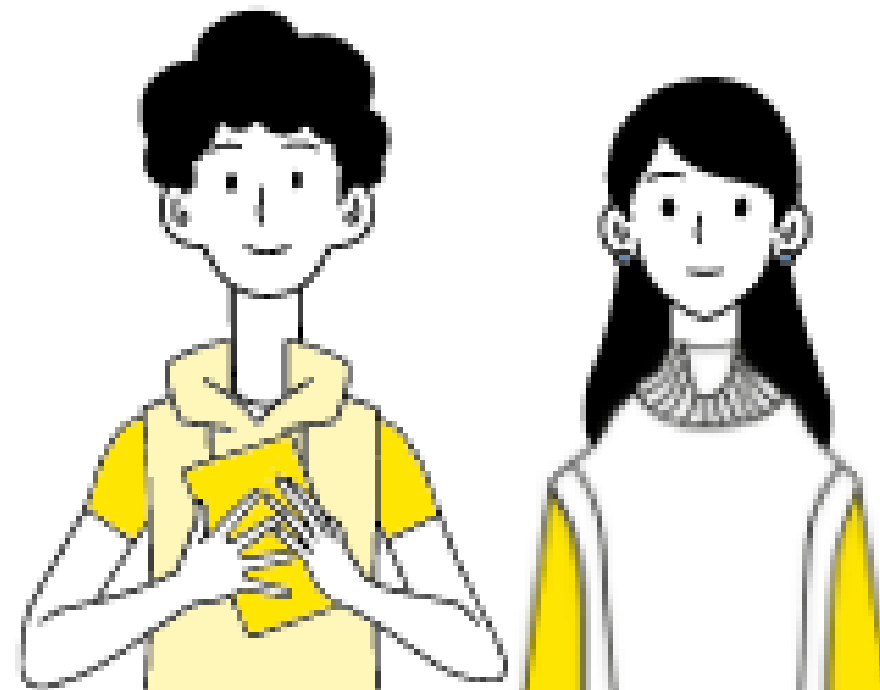


Foto akan Merubah Dunia?

https://www.ted.com/talks/jonathan_klein_photos_that_changed_the_world



Kekuatan dari Foto

<https://www.youtube.com/watch?v=9LXrww5En-c>

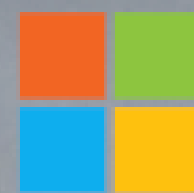
Langkah agar Publik Terhindar dari Potensi Makna Ganda Foto/Video

1 Gunakan tools



Google
Images

Yandex



Microsoft Bing

2

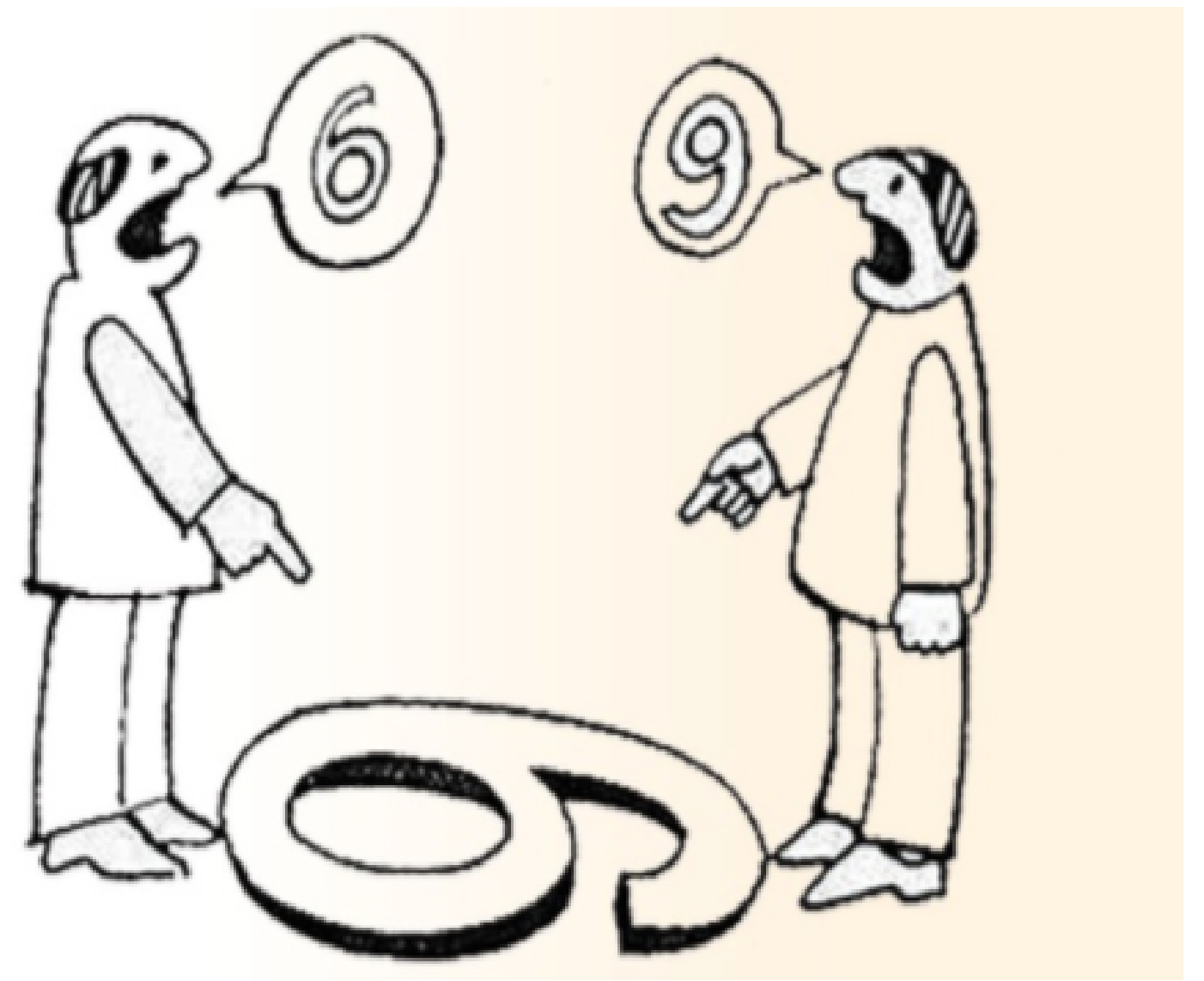
Komparasi berita

Contoh kasus: Dinar Candy pakai bikini di jalanan umum

- <https://m.merdeka.com/artis/dinar-candy-stres-dan-cari-pelampiasan-turun-ke-jalan-pakai-bikini.html>
- <https://www.medcom.id/nasional/hukum/ybD4XAXb-protes-ppkm-pakai-bikini-dinar-candy-ditangkap>
- <https://www.youtube.com/watch?v=POK-DuZAjvg&t=9s>



"Satu foto mengenai suatu peristiwa yang sama dapat bermakna ganda bagi orang yang melihatnya"



Terima kasih!

Semoga
materi ini
memberi
manfaat!

