



Volume 13 No. 1 Juli 2022

Page 94-108

Received: 18-06-2021  
Revised Received: 11-07-2022

Accepted: 11-07-2022  
Online Available: 23-07-2022

---

**ANALISIS RESPON WARGANET  
PADA AKUN YOUTUBE THE NEWSROOM NET  
(Episode Seputar Rumah Kecil yang Berhimpitan  
dengan Apartemen Mewah di Tengah Ibu Kota)**

***THE ANALYSIS OF NETIZENS' RESPONSES  
ON THE NEWSROOM NET'S YOUTUBE ACCOUNT  
(The Episode of Around A Small House Huddled with  
Luxurious Apartments in the Middle of the Capital)***

**Ifwana Fairuzil Faradini<sup>1,a)</sup>**

<sup>1</sup>Jurusan Komunikasi dan Penyiaran Islam, UIN Sayyid Ali Rahmatullah Tulungagung  
Jl. Mayor Sujadi Timur No 46, Tulungagung 66221, Jawa Timur Indonesia

<sup>a)</sup>*e-mail: ifwanafairuzil@gmail.com*

**ABSTRAK**

The Newsroom NET merupakan program acara televisi yang dimiliki oleh stasiun televisi nasional yaitu NET TV yang saat ini sudah beralih ke media sosial YouTube sejak 2 tahun lalu dengan konsep tayangannya yaitu menayangkan proses dibalik layar jurnalis televisi ketika mencari sumber berita di lapangan. Episode yang dipilih adalah episode yang menimbulkan kontroversi oleh warganet karena di dalam episode tersebut terdapat reporter melakukan kesalahan terkait dengan kesopanan dan tingkah laku. Rumusan masalah yang diambil oleh peneliti adalah bagaimana respon yang dibentuk oleh warganet dengan adanya tayangan video tersebut yang semula bertujuan untuk mengedukasi penonton dan memberikan gambaran mengenai jurnalis televisi namun menjadi kontroversi dengan adanya permasalahan tersebut. Metode yang dipilih yaitu penelitian kualitatif dengan pendekatan penelitian netnografi guna melihat interaksi warganet pada kolom komentar di akun YouTube The Newsroom NET. Temuan penelitian yang didapat adalah sebuah kesalahan utama yang banyak menuai kritikan mengenai cara bersalaman terhadap orangtua. Dari kesalahan utama mulai muncul

permasalahan baru yang menjadikan reporter tersudut dengan segala komentar warganet. Hasil dan kesimpulan penelitian ini adalah komentar di atas dapat membentuk 2 model warganet, warganet yang pertama yaitu warganet yang sangat menjunjung tinggi nilai-nilai kesopanan dalam bertingkah laku kepada semua orang, sedangkan model yang kedua yaitu warganet yang memiliki sikap tidak sopan dalam bersosial media. Adanya fitur kolom komentar memiliki tujuan sebagai bentuk komunikasi antara komunikator dengan komunikan mengenai isi konten yang diunggah dan sebagai bentuk evaluasi ke depan untuk memproduksi konten selanjutnya. Akan tetapi, hal ini tidak terlihat dan tertutupi dengan komentar ujaran kebencian sehingga konsep utama tayangan ini tidak tersampaikan dengan baik kepada penonton.

**Kata Kunci:** Netnografi, Respon Warganet, The Newsroom NET

#### ABSTRACT

*The Newsroom is a television program owned by a national television station NET TV which has now switched to YouTube social media since 2 years ago with the concept of showing it. Namely showing behind the scene process of television journalists when looking for news sources in the field. The selected episode is the episode that caused controversy by netizens because in that episode there were reporters who made mistakes related to politeness and behavior. The formulation of the problem taken by the researcher is how the response formed by netizens with the presence of the video which was originally aimed at educating the audiences and providing an overview of television journalists has become controversial with the existence of these problems. The method is chosen the qualitative research with a research approach netnography to see the interactions of netizens in the comments column on The Newsroom net YouTube account. The findings of the study obtained are a major error that drew a lot of criticism regarding how to shake hands with parents. From the main problem, news problems began to emerge that made the reporter cornered with all the comments from netizens. The results and conclusions of this study are the comments above can form two netizen models, the first netizen is to highly uphold the values of politeness in behaving to everyone, while the second netizen is the citizen who has an impolite attitude in social media. There is a purpose comment column feature as a form of communication between the communicator and the communicant regarding the content of the uploaded content and as a form of future evaluation to produce further content, but it is not visible and covered with hate speech comments, so the main concept of this show is not conveyed properly to the audience.*

**Keywords:** Netizen Response, Netnography, The Newsroom NET

### 1. Pendahuluan

*The Newsroom* adalah program acara pertama kali yang berada di NET TV dengan konsep acara yaitu menayangkan *behind the scene* seorang reporter di lapangan, dengan isi tayangannya memperlihatkan proses dan

tantangan dalam mendapatkan sebuah berita sampai berita itu ditayangkan dan dikonsumsi oleh penonton. Program ini ditayangkan pada tanggal 19 Mei tahun 2018 di NET TV dan semua episodenya juga diunggah di akun YouTube yang bernama “*The Newsroomnet*”.

Program dengan durasi 30 menit dengan jadwal tayang Sabtu dan Minggu pukul 22.00 WIB dengan target program acara ini adalah mahasiswa, milenial, dan remaja (Indrajati dan Ruliana 2020).

Latar belakang program acara ini dibuat adalah sebagai gebrakan NET TV untuk meningkatkan rating dan sebagai pembeda dari tv lain. Data dari databoks.katadata.co.id (2018) menjelaskan bahwa pangsa pemirsa NET TV tahun 2018 bulan Januari – Mei berada di nomor 10 dengan angka 2,8. Program acara ini tidak berlangsung lama, hanya 1 tahun program ini muncul di layar televisi dan berakhir pada bulan September 2019. Hal ini dikarenakan karena rating *The Newsroom* bulan November 2018 – Mei 2019 berada di TVR 0,4 dan *Share* 1,9. Target penonton tidak tepat sasaran, yaitu program ini lebih banyak memiliki penonton usia 40-49 tahun (Indrajati dan Ruliana 2020, dikutip dari Data Neilsen).

Akun YouTube *The Newsroom net* mengunggah video pertama kali pada tanggal 20 Mei 2018 dan diakhiri di tanggal 28 September 2019. Jumlah video yang diunggah sebanyak 317 video dengan jumlah episode 78 yang saat ini memiliki *subscriber* 61,4 rb, penonton 5rb – 2jt, *like* 300 – 16rb, dan komentar 150 – 3,7rb (akun YouTube *The Newsroom NET*).

Dilansir pada portal berita online “berita satu” yang ditulis oleh Yudo Dahono 2021 yang dikutip dari survei GWI pada triwulan ketiga 2020 mendapati pengguna YouTube berada di presentase 94% dengan kisaran umur 16 hingga 64 tahun dan menjadi

media terpopuler. YouTube juga digunakan sebagai media hiburan maupun edukasi, seperti vlog, podcast, dan masih banyak lagi *content creator* dengan berbagai macam kontennya disajikan dilaman YouTube. Sifat YouTube yang dapat ditonton kembali dan pengaksesan yang mudah sesuai dengan keinginan dan kebutuhan, dapat diterima oleh masyarakat mulai anak anak, milenial, hingga orang tua.

Oleh karena itu, banyak sekali seperti program acara televisi, memiliki *channel* YouTube agar masyarakat bisa mengakses kembali informasi yang sudah tertinggal, dan jejak informasi yang sudah lama dapat diakses kembali tanpa adanya batasan waktu. YouTube juga dapat dimanfaatkan oleh penggunanya sebagai sarana bersosialisasi antara pengguna satu dan lainnya dengan adanya fitur komentar (Faiqah, Nadjib, dan Amir 2016). Fitur komentar ini berguna untuk mengetahui respon pengguna terhadap kualitas maupun konten videonya. Hal ini sangatlah bermanfaat sebagai bahan evaluasi, bertukar ide, dalam membuat video selanjutnya dan referensi bagi pengguna juga.

Dalam penelitian ini peneliti menggunakan teori S-O-R (*Stimulus-Organism-Response*). Respon pada teori ini adalah bentuk reaksi khusus terhadap adanya stimulus, sehingga seseorang/komunikasi dapat mengharapkan kesesuaian antara pesan dan reaksi komunikasi (Wahyudin, Permasih, dan Cynthia 2010). Model teori ini menunjukkan bahwa komunikasi merupakan proses aksi reaksi, dimana ketika ada rangsangan maka

orang lain akan memberikan reaksinya atau responnya.

Unsur-unsur dalam teori S-O-R ini adalah sebagai berikut: Pesan (*Stimulus*) dalam penelitian ini adalah episode yang dipilih oleh peneliti di akun YouTube *The Newsroom NET*. Komunikan (*Organism*) dalam penelitian ini adalah warganet yang berkomentar. Efek (*Response*) adalah sebuah reaksi, jawaban, pengaruh atau akibat dikarenakan adanya proses komunikasi (Naibaho 2016). Respon dalam penelitian ini adalah isi komentar warganet di akun YouTube *The Newsroom NET*.

Respon dibagi menjadi 3 yaitu Kognitif, Afektif, dan Konatif. Klasifikasi respon kognitif, afektif, dan konatif adalah sebagai berikut:

1) Respon Kognitif adalah suatu respon yang muncul setelah adanya pemahaman terhadap suatu stimulus tertentu yang berkaitan dengan informasi atau pengetahuan (Fuadah 2020). Ranah Kognitif diantaranya adalah sebagai berikut:

Pengetahuan, berhubungan dengan ilmu/wawasan yang pernah didapatkan dan dipelajari. Pemahaman, kemampuan untuk menangkap suatu pemahaman, makna, arti, dari apa yang dipelajari. Penerapan, kemampuan yang diterapkan dari yang sudah dipelajari sebelumnya. Analisis, kemampuan untuk menganalisa suatu fenomena. Sintesis, kemampuan untuk saling menghubungkan satu sama lainnya dengan hal yang masih berkaitan. Evaluasi,

kemampuan untuk membentuk pendapat mengenai sesuatu.

- 2) Respon Afektif adalah suatu respon yang muncul dikarenakan adanya perubahan perasaan yang berkaitan dengan emosi, sikap, dan nilai. Ranah afektif diantaranya adalah sebagai berikut: Penerimaan, kemampuan untuk memperhatikan suatu rangsangan. Partisipasi, mencakup keikutsertaan, berpartisipasi, terhadap suatu kegiatan. Penilaian atau penentuan sikap, kemampuan untuk memberikan penilaian terhadap sesuatu dan menentukan sikap atas penilaian tersebut dari dalam diri sendiri. Organisasi, kemampuan untuk penyatuan nilai, sikap, menyelesaikan suatu masalah yang timbul, dan menyalurkan perbedaan. Pembentukan pola hidup, kemampuan untuk lebih merasakan dan menghargai nilai-nilai kehidupan sehingga dapat menjadi pegangan dalam mengatur kehidupannya sendiri.
- 3) Respon Konatif adalah respon yang muncul dikarenakan adanya suatu tindakan, kebiasaan yang berkaitan dengan perilaku nyata yang dapat diamati. Respon ini muncul ketika memiliki tingkah laku atau kebiasaan yang mirip oleh khalayak.

Berita yang dipilih dalam penelitian ini adalah episode tentang adanya rumah sederhana, yang berdiri di antara apartemen mewah dikawasan Tanah Abang Jakarta Pusat yang saat ini usianya sudah 70 tahun lebih dan sampai saat ini masih ditinggali. Penggalan informasi dilakukan antara pemilik

rumah dan pihak management apartment. Hasilnya tidak ada permasalahan antara kedua belah pihak malah dari pihak apartmenet memberikan akses untuk sehari-harinya. Namun, pada episode kali ini menimbulkan kontroversi oleh warganet dari pada episode yang lainnya.

Hal ini dikarenakan warganet dibuat geram mengenai cara reporter bersalaman dengan pemilik rumah pada saat itu dinilai kurang sopan. Terlihat pada menit ke 5.13 terlihat “Nadia Soekarno” sebagai reporter ketika mau berpamitan dengan pemilik rumah yang sedang duduk, reporter dan vj-nya bersalaman dengan cara berdiri dan itu dinilai kurang sopan sehingga banyak warganet yang berkomentar atas ketidaksopannya dikolom komentar. Sedangkan untuk komentar mengenai konsep tayangan serta usaha reporter untuk penggalan informasi seperti melobi narasumber sifat pantang menyerah, minim diperhatikan Pantauan dari peneliti masih ada netizen yang berkomentar sekitar 1 bulan lalu

Dari pemaparan latar belakang diatas, penelitian ini memiliki rumusan masalah yaitu bagaimana respon yang dibentuk oleh warganet dengan adanya tayangan video *behind the scene* tersebut yang semula tujuannya untuk edukasi dan memberikan gambaran mengenai jurnalis, namun menjadi kontroversi dengan adanya permasalahan tersebut.

Manfaat yang bisa didapatkan adanya tayangan ini dapat dijadikan sebagai salah satu rekomendasi tayangan untuk mempelajari lebih dalam mengenai dunia jurnalistik

televisi. Sekaligus dari adanya respon nantinya dapat menambah wawasan dan pembelajaran ketika terdapat kritik ataupun saran dari warganet dikolom komentar.

Kerangka pemikiran dari penelitian ini adalah video yang terdapat di akun YouTube *The Newsroom NET* dapat dimanfaatkan sebagai konten pembelajaran / edukasi mengenai jurnalis televisi ketika dilapangan untuk mencari berita yang prosesnya jarang dilihat oleh banyak orang, sehingga ketika masyarakat ingin mencari dan membutuhkan konten mengenai jurnalis televisi maka bisa ditonton kapanpun. Respon penonton yang terdapat dikolom komentar juga penting dilihat sebagai bentuk komunikasi untuk bahan evaluasi kedepannya, memberikan penilaian atas konten yang sudah ditayangkan, serta dapat menguatkan branding lembaga melalui kualitas konten yang dihasilkan,

Fokus penelitian terdapat pada bentuk komentar yang dihasilkan oleh warganet sehingga kita bisa mengetahui model warganet masa kini ketika bersosial media dalam menanggapi suatu hal. Batasan penelitian yaitu komentar yang berada di akun YouTube *The Newsroomnet* dengan judul “*Seputar Rumah Kecil Yang Berhimpitan Dengan Apartment Mewah di Tengah Ibu Kota*”. Komentar diambil secara random dengan batasan komentar yang dihitung dengan rumus sampling slovin.

Dalam penelitian ini peneliti juga memaparan penelitian terdahulu sebagai acuan dalam mengerjakan penelitian ini. Diantaranya yaitu sebagai berikut: pertama skripsi penelitian dengan judul “*Persepsi Mahasiswa*

*Untirta Terhadap Tayangan Entertainment News Di NET TV*” oleh Silvi Vanelia Sigiro (2015). Perbedaan penelitian terletak pada persepsi mahasiswa atas tayangan *Entertainment News*.

Kedua yaitu jurnal penelitian dengan judul “*Pengaruh Program The Newsroom NET TV Terhadap Pengetahuan Mahasiswa Dalam Proses Peliputan Berita Televisi Di Jurusan Ilmu Komunikasi Universitas Riau*” oleh Agidatul Izzah. Perbedaan pada penelitian ini adalah penelitian ini meneliti tentang pengaruh tayangan *The Newsroom* terhadap pengetahuan mahasiswa dan menggunakan kuosioner kuantitatif,.

Ketiga yaitu jurnal yang berjudul “*Strategi Program Acara The Newsroom NET TV dalam Meningkatkan Rating Program*” oleh Shintya Fajriana Indrajati dan Poppy Ruliana. Perbedaan penelitian terletak pada strategi program acara yang bertujuan untuk meningkatkan rating. Strategi program ini mengambil dari Peter pringle yang isinya mencakup perencanaan program, produksi program, eksekusi program, evaluasi dan pengawasan program.

## 2. Metodologi Penelitian

Penelitian dengan judul “Analisis Respon Warganet pada Akun YouTube *The Newsroom* NET Episode Seputar Rumah Kecil Yang Berhimpitan Dengan Apartment Mewah Ditengah Ibu Kota” menggunakan pendekatan penelitian kualitatif yang memiliki tujuan yaitu menjelaskan suatu fenomena secara terperinci dan menjawab permasalahan yang diambil oleh peneliti.

Penelitian ini menggunakan metode penelitian kualitatif dengan pendekatan penelitian netnografi, yaitu sebuah pendekatan yang disebut sebagai etnografi dalam internet dengan cara melihat interaktifitas didalamnya dan melihat perilaku seseorang dari berbagai budaya dan komunitas dalam dunia maya (Purwanto dan Ihalauw 2016). Cara melakukan penelitian diawali dengan mencari data mengenai tayangan *The Newsroom* di sosial media seperti google dan YouTube. Proses pencarian data di google meliputi latar belakang tayangan *The Newsroom*, dan beberapa pemberitaan mengenai tayangan ini. Data dari YouTube kita amati mengenai jumlah *subscribe*, jumlah komentar, *like*, serta *views* yang dihasilkan.

Data primer diambil dari 1 video *The Newsroom* yang memiliki komentar 4,1 rb serta *views* sebanyak 2,3 juta, untuk data sekunder diperoleh dari jurnal, skripsi, dan video talkshow tentang *The Newsroom* yang bisa dijadikan sebagai sumber data peneliti. Sedangkan Teknik pengumpulan data dalam penelitian ini peneliti menggunakan pengamatan pada kolom komentar di akun YouTube *The Newsroom* NET.

Setelah data dikumpulkan, langkah selanjutnya adalah reduksi data. Reduksi data atau penyederhanaan, penggolongan, meringkas, pembuangan data yang tidak diperlukan guna mempermudah peneliti untuk menganalisa data serta penarikan kesimpulan (Rijali 2018). Dalam hal ini peneliti menentukan unit analisis yaitu dua macam respon kognitif dan afektif. Setelah itu per unit akan dibagi menjadi beberapa kategori.

Peneliti nantinya akan memetakan komentar dari video yang sudah dipilih dan membaca komentar/interaktivitas di dalamnya.

Tujuan dari pengkategorian ini adalah untuk melihat respon apa saja yang dimunculkan dan apakah respon tersebut masuk pada kategori yang sudah disusun oleh peneliti dari komentar warganet setelah menonton tayangan tersebut. Penelitian ini menggunakan penyajian data berupa teks naratif dan tabel yang sudah disusun guna mempermudah untuk melihat dan memahami mengenai hasil penelitian. Penarikan kesimpulan dilakukan oleh peneliti dengan cara menarik benang merah dari hasil penelitian yang diperoleh di komentar video yang sudah diamati, sehingga dapat ditarik kesimpulan dan menjawab rumusan masalah penelitian.

Episode yang dipilih pada penelitian ini merupakan postingan terakhir yang diunggah di akun YouTube *The Newsroom* Net dengan 2,4 juta *views*, 4,3 ribu komentar, 18 rb *like*, dan 4,5 rb *dislike*. Populasi yang digunakan pada penelitian ini adalah sebanyak 4,3 ribu komentar yang berada di akun YouTube *The Newsroom* NET pada episode “Seputar Rumah Kecil Yang Berhimpitan Dengan Apartment Mewah Ditengah Ibu Kota. Sesuai perhitungan rumus Slovin, besar sampel minimal yang diambil adalah 4.300 dengan jumlah populasi adalah 366 dengan error margin 5%.

### 3. Hasil Penelitian

*The Newsroom* merupakan program acara yang menayangkan mengenai proses

dibalik layar seorang jurnalis televisi ketika mencari sumber berita dilapangan. Namun, dengan munculnya episode “Seputar Rumah Kecil Yang Berhimpitan dengan Apartement Mewah di Tengah Ibu Kota” yang menimbulkan kontroversi oleh warganet terhadap reporter karena adanya permasalahan mengenai kesopanan dan tingkah laku reporter, sehingga konsep tayangan yang bertujuan untuk mengedukasi dan memperlihatkan proses dibalik layar seorang jurnalis tidak tersampaikan dengan baik dan warganet banyak yang kurang memahami atas konsep tersebut. Pengamatan peneliti terhadap respon warganet yang dilihat melalui kolom komentar akun YouTube *The Newsroom* memperoleh hasil sebagai berikut:

Respon Kognitif pada Kategori pengetahuan, jumlah komentar unik diperoleh 8 komentar dengan kecenderungan komentar yaitu warganet memberikan responnya mengenai pengajaran sopan santun dan moral masyarakat Indonesia yang harus tetap dijaga dimanapun dan kepada siapapun.

Kategori Pemahaman, jumlah komentar unik diperoleh 21 komentar dengan kecenderungan komentar yaitu warganet kurang memahami dengan penyajian konsep yang diberikan oleh *The Newsroom* sehingga banyak komentar yang menyudutkan reporter dengan memanfaatkan kesalahannya tersebut.

Kategori Penerapan, jumlah komentar unik diperoleh 8 komentar dengan kecenderungan komentar yaitu warganet memberikan responnya mengenai penerapan cara bertamu ke rumah seseorang pada umumnya dengan cara yang sopan.

Kategori Analisis, jumlah komentar unik diperoleh 17 komentar dengan kecenderungan komentar yaitu warganet memberikan responnya mengenai etika dalam wawancara.

Kategori sintesis, jumlah komentar unik diperoleh 40 komentar dengan kecenderungan komentar yaitu warganet memberikan responnya dengan membandingkan sikap reporter terhadap pendidikan, tokoh public, dan perbedaan daerah kota maupun desa.

Kategori evaluasi, jumlah komentar unik diperoleh 60 komentar dengan kecenderungan komentar yaitu warganet memberikan responnya mengenai timbulnya permasalahan baru dari permasalahan utama yang membuat warganet semakin memberikan komentar yang negatif.

Respon afektif pada kategori penerimaan, jumlah komentar unik diperoleh 17 komentar dengan kecenderungan komentar yaitu warganet memberikan responnya dengan memahami bagaimana proses seorang reporter dan tantangan ketika mencari sumber berita dilapangan.

Kategori partisipasi, jumlah komentar unik diperoleh 17 komentar dengan kecenderungan komentar yaitu warganet memiliki rasa empati terhadap kondisi narasumber.

Kategori penilaian/penentuan sikap, jumlah komentar unik diperoleh 96 komentar dengan kecenderungan komentar yaitu adanya penilaian tidak suka terhadap reporter dan menilai berita yang ditayangkan kurang berbobot.

Kategori Organisasi, jumlah komentar unik diperoleh 19 komentar dengan kecenderungan komentar yaitu adanya provokasi dan sikap netizen berkomentar jauh dari kata sopan.

Kategori pembentukan pola hidup, jumlah komentar unik diperoleh 6 komentar dengan kecenderungan komentar yaitu adanya sikap saling menghormati yang patut dicontoh dengan adanya video tersebut.

#### 4. Pembahasan

Respon Kognitif dalam kategori pengetahuan, warganet lebih tertuju mengenai pengajaran sopan santun dan moral masyarakat Indonesia yang harus tetap dijaga dimanapun dan kepada siapapun. Contoh komentar @starsgamer “*kalo berjabat tangan dengan yang lebih tua di usahakan sedikit bungkuk/nunduk*”. Cara berjabat tangan dengan bungkuk /nunduk merupakan sikap menghormati dan bentuk penghormatan terhadap orang tua yang berada didepannya. Hal ini menunjukkan sikap tata krama kepada orang tua selalu dijunjung tinggi dimanapun dan kapanpun.

Tata krama merupakan aturan yang diajarkan secara turun temurun dan merupakan bagian dari budaya jawa yang berguna dalam bersikap maupun bergaul terhadap orang lain (Hartomo 2008). Contoh tata krama yaitu makan, duduk, berbicara, berpakaian dll. Pengajaran tata krama / sopan santun ini erat sekali dengan budaya masyarakat Indonesia karena dinilai membawa nama baik dan mencerminkan suatu bangsa, sehingga orang



akan dipandang baik ketika dapat mencerminkan pengajaran sopan santun yang dimilikinya di kehidupan sekitarnya.

Dari penjelasan diatas mengapa warganet memberikan kritikan mengenai pengajaran sopan santun dikarenakan warganet hanya mengingatkan bahwa kita sebagai masyarakat Indonesia yang dikenal akan ramah tamah, sopan santun dalam bersikap harus memberikan contoh yang baik dan selalu menanamkan budaya tata krama didalam diri sendiri agar tidak bergeser dengan budaya asing.

Respon Kognitif dalam kategori pemahaman, banyak warganet yang tidak memahami mengenai konsep tayangan *The Newsroom* sehingga banyak komentar yang menyudutkan reporter dengan memanfaatkan kesalahannya tersebut. Contoh komentar @syariffudin *“udah tau dimarahin, tapi ga merasa malu malahan merasa tertantang. Emang wartawan ga punya adab mencari nafkah dengan bahan cerita hidup orang”*. hal ini menunjukkan bahwa warganet tidak memahami pekerjaan wartawan yang memiliki rasa pantang menyerah untuk mendapatkan sumber berita.

Kata penolakan dalam wartawan adalah hal biasa, wartawan harus bisa memutar otak agar berita yang dicari mampu diduplikasinya dan dapat dituliskan dalam sebuah berita. Dalam hal ini bukan wartawan yang tidak memiliki adab, tetapi wartawan hanya berusaha untuk melobi narasumber agar mau diwawancarai karena disisi lain wartawan juga memiliki tuntutan oleh pihak kantor untuk meliput pemberitaan tersebut.

Respon Kognitif dalam kategori penerapan, warganet memberikan responnya mengenai penerapan cara bertamu ke rumah seseorang pada umumnya dengan cara yang sopan. Contoh komentar @x7studio *“ya dibawain oleh oleh kenapa, bawa makanan atau buah-buahan layaknya bertamu kerumah orang, ucapkan salam perkenalan diri tanyakan kabar, setelah suasana agak cair barulah sampaikan tujuan utama”*.

Bertamu merupakan fungsi social yang erat di kehidupan masyarakat. Masyarakat menilai, dengan bertamu dapat mempererat silaturahmi dan menjaga persaudaraan agar tidak menimbulkan keretakan dan kesalahpahaman sesama manusia (St.Khadija 2016). Namun tatacara bertamu haruslah diperhatikan meskipun dengan kerabat dekat sekalipun, seperti tatacara bertamu yang disebutkan pada komentar tersebut adalah ketika seseorang hendak bertamu kerumah orang lain hendaklah memberitahu lebih dahulu, mengucapkan salam/perkenalan diri, masuk ketika sudah dipersilakan, dan membawa sesuatu semisal buah tangan, tidak dengan tangan kosong (opsional).

Cara ini biasanya diterapkan oleh masyarakat pada umumnya ketika hendak bertamu kepada teman maupun sanak saudara. Dalam hal ini menunjukkan bahwa warganet ingin share informasi mengenai cara bertamu dengan baik yang dapat dicontoh ketika ingin melakukan wawancara dirumah terhadap narasumber. Jika dalam bertamu dimulai dari datang kerumah sudah menunjukkan sikap yang baik, hal ini dapat dijadikan sebagai pijakan untuk pendekatan diri terhadap

narasumber agar proses wawancara berjalan dengan lancar.

Respon kognitif dalam kategori analisis, warganet memberikan responnya mengenai etika dalam berwawancara. Contoh komentar: @pehanpy6ah *“coba deh interaksinya dengan sikap yg lebih menyesuaikan. Mungkin sapa terlebih dahulu dan minta maaf karena ganggu. Timing kedatangannya juga dilihat lihat dulu. Kalian kalau wawancara pejabat dan sebagainya pasti melalui jadwal kan? Kenapa dengan ibunya gak mungkin? Dan maksud saya nyesuain, mungkin gak usah berseragam dan coba lebih casual. Itu memang bukan rumah pejabat, tapi tetap hunian orang. privasi itu hak setiap orang, jadi adakan kesepakatan terlebih dahulu kapan beliau mau diwawancarai”*.

Tipe warganet dalam hal ini adalah mereka memahami bagaimana proses dalam wawancara kepada narasumber. Salah satu hal untuk melakukan wawancara adalah menjalin hubungan baik dengan narasumber secara cepat (Rosaliza 2015). Hal ini bisa dilakukan dengan mengetahui latar belakang narasumber yang bertujuan dapat memposisikan diri saat bertemu. Selain itu membuat janji untuk bertemu/penjadwalan mengenai waktu, tempat dan memberitahu tujuan untuk wawancara harus dilakukan ketika hendak wawancara, sehingga ketika sudah bertemu keduanya tidak ada rasa canggung dan wawancara dapat berjalan dengan lancar.

Dikarenakan orang awam pasti bertanya-tanya jika didatangi, diliput, dengan membawa kamera tanpa sepengetahuannya

dan tidak tau tujuan melakukan hal tersebut, akan timbul rasa kecemasan dan rasa tidak nyaman. Untuk itu langkah awal dalam wawancara harus diperhatikan ketika hendak wawancara.

Respon kognitif dalam kategori sintesis, warganet memberikan responnya dengan membandingkan sikap reporter terhadap Pendidikan, tokoh public, dan perbedaan daerah kota maupun desa. Contoh komentar: @itsmechapman *“orang kota kayak gini ya adabnya terhadap orang tua? Masih mending orang-orang di desa masih ngerti sopan santun”*.

Warganet memiliki argumen mengenai pengajaran sopan santun lebih tinggi diterapkan pada orang desa daripada orang kota. Kita mengetahui pada dasarnya wilayah desa memiliki hubungan erat dengan warga desanya dikarenakan tempat tinggal masih berdekatan antara satu dan lainnya. System kehidupan masih berlandaskan kekeluargaan dan paguyuban serta dalam hal bekerja, pengajaran agama masih bersifat homogen (Nurdinah Muhammad 2017).

Sedangkan wilayah kota masyarakat bersifat heterogen dengan ciri-ciri masyarakat yang pada umumnya tidak bergantung pada orang lain atau mengurus dirinya sendiri, pengajaran agama yang berkurang, dan interaksi social yang rendah. Hal ini bukan berarti semua masyarakat kota khususnya remaja dewasa tidak memiliki nilai kesopanan sehingga dengan mudahnya menilai bahwa masyarakat perkotaan rendah akan sopan santun.

Dalam hal ini pengajaran mengenai sopan santun lebih banyak diajarkan dan ditanamkan sejak kecil hingga dewasa pada masyarakat desa tidak hanya dari orang tua saja namun dari aktifitas social dapat mempengaruhi. Contoh komentar: @munajatcinta “*Pak Jokowi yang presiden aja salaman dengan yang lebih tua nunduk, nih Cuma reporter masih muda kek gitu. Miris.*”

Hal ini berkaitan dengan warganet yang berharap untuk mencontoh Bapak Jokowi selaku Presiden Republik Indonesia ketika blusukan dan bertemu dengan orang yang lebih tua beliau bersalaman dengan menunduk. Jokowi dikenal sebagai sosok yang dekat dengan masyarakat sehingga ketika blusukan dimanapun tempatnya selalu dengan senyum ramahnya hingga berfoto dengan warga masyarakat yang dikunjunginya. Contoh potret Jokowi bersalaman dengan menunduk ketika bersilaturahmi dengan pengurus pondok pesantren Bugen Al Itqon, Semarang, Jawa Tengah – dilansir dari *Instagram sekretariat.kabinet tahun 2019*.

Respon kognitif dalam kategori evaluasi, warganet memberikan responnya mengenai timbulnya permasalahan baru dari permasalahan utama yang membuat warganet semakin memberikan komentar yang negative. Contoh komentar: @resabella “*gimana caranya mau menghargai orang lain kalau menghargai diri sendiri gabisa dari cara ketemu sama narasumber rambut acak-acakan depan kamera duduk kaki diangkat satu. Jabat tangan yang benar padahal seharusnya tetap menatap orang yang diajak*

*bersalaman*”. @bustazarx “*usang? Jurnalis pedes juga mulutnya.*”

Munculnya permasalahan seperti yang ada pada komentar tersebut merupakan Sebagian contoh yang menuai banyak kritikan oleh warganet. Kalimat usang dinilai kasar untuk penyebutan rumah tersebut karena kata usang menurut KBBI memiliki sinonim yaitu buruk, tua, kampungan, kuno, dll. Kata usang sebaiknya diganti dengan kata rumah sederhana agar terdengar lebih baik. Permasalahan selanjutnya adalah mengenai rambut yang kurang rapi, bersalaman dengan sepucuk tangan tanpa adanya kontak mata dengan narasumber menuai kritikan oleh warganet,

Meskipun ini adalah video dibalik layar namun poin poin tersebut juga haruslah diperhatikan oleh reporter yang nantinya mungkin pada saat reporter *on air* penampilan tidak akan seperti itu. Pemilihan kalimat *terimakasih banyak lo* tersebut digunakan agar suasana lebih santai dan tidak kaku pada narasumber yang baru ditemui atau kemungkinan lain berita ini nantinya hanya tayang sebagai berita *voice over* yang hanya menampilkan gambar, audio, dan sesi wawancara sehingga reporter tidak terlihat dilayar televisi. hal ini tidak ada yang tau karena proses penayangan berita antara kantor dan lapangan tidak dimunculkan pada video tersebut yang terlihat hanya proses pencarian sumber berita mengenai rumah tersebut.

Respon Afektif dalam kategori penerimaan, warganet memberikan responnya dengan memahami bagaimana proses seorang reporter dan tantangan ketika mencari sumber

berita dilapangan. Contoh komentar: @muhammadsidik2712 “*terimakasih informasinya temanteman NET TV. Salam buat crew acaranya tetap handle dengan fokus.*” Penerimaan warganet dalam hal ini yaitu paham mengenai konsep tayangan sehingga pesan serta bentuk visual yang ditayangkan tidak adanya kesalahpahaman dengan penerima pesan. Penerimaan yang dilakukan oleh warganet terhadap berita yang ditayangkan memberikan sebuah informasi tersendiri mengenai rumah sederhana yang bersebelahan dengan apartement mewah di daerah Tanah Abang Jakarta Pusat.

Respon afektif dalam kategori partisipasi, warganet memiliki rasa empati terhadap kondisi narasumber. Contoh komentar: @akindochannelvidio “*alangkah lebih baik lagi juga pihak apartement bisa membantu memperbaiki atau memugar atau merestorasi rumah tersebut agar terlihat bersih rapi dan asri.*” Contoh komentar diatas merupakan bentuk tulisan warganet yang menginginkan adanya bantuan untuk rumah tersebut. Tujuannya adalah agar rumah terlihat lebih rapi dan eksistensi rumah sepadan dengan lingkungan apartement, hal ini juga mencegah adanya bencana banjir yang sering terjadi di ibukota Jakarta.

Dengan munculnya pemberitaan seperti ini terdapat warganet yang melihat dari sisi kemanusiaan dan rasa empati yang tinggi, sehingga patut dicontoh untuk saling menghargai. Respon afektif dalam kategori penilaian/penentuan sikap, lebih mengarah pada penilaian tidak suka terhadap reporter dan menilai berita yang ditayangkan kurang

berbobot. Contoh komentar: @nelichairi “ *mungkin bagi reporter ini dia udah professional, tapi satu hal yang dia lupa kemanusiaan!! Jika orang tersebut gak mau diliput tolong jangan diliput maaf saya dislike ini video.*” Komentar diatas merupakan ungkapan rasa tidak suka terhadap tayangan *The Newsroom* pada episode tersebut. Terkait dengan kesalahan reporter mengenai kesopanan, warganet tidak mau melihat dari sisi bagaimana usaha reporter untuk melakukan wawancara. Mereka hanya melihat dari sisi kesalahan tanpa melihat sisi lain yang dapat diambil manfaatnya.

Respon afektif dalam kategori organisasi, adanya provokasi dan sikap warganet yang berkomentar tak beretika. Contoh komentar: @rizkilangitramadhan “*moral yang sangat bobrok sekali, awalnya ngemis mau interview setelah dapat berita melengos gt aja*”. Komentar diatas merupakan salah satu komentar yang mengandung kata kasar didalamnya. Dalam video tersebut mayoritas warganet menghujat, menghina, bahkan menyudutkan reporter atas kesalahannya tersebut.

Etika serta penulisan yang sembarangan terabaikan dan tidak melihat dampak apa yang bisa muncul kedepannya. Meskipun video tersebut sudah berakhir dari 2 tahun lalu namun komentar masih tetap aktif terlihat hingga 2-8 bulan terakhir. Melihat komentar yang diberikan jauh dari kata sopan dapat disimpulkan bahwa terdapat warganet hanya sekedar ikut-ikutan dan tidak memiliki wawasan mengenai jurnalis. Hal ini dimanfaatkan oleh oknum yang tidak

bertanggung jawab sebagai bahan bulian dan menggiring opini yang bukan sebenarnya. Contoh komentar mengandung ujaran kebencian: @cucokbangets “*semua demi konten, konten demi uang*” @d&gchannel “*media itu gak tau diri emang*” @fianabdullah “*pantesan bangkrut, punya jurnalis macam begitu.*”

Respon afektif dalam kategori pembentukan pola hidup, adanya sikap saling menghormati dan toleransi yang patut dicontoh dengan adanya video tersebut. Contoh komentar: @cobs2channel “*satu kata buat mereka berkah hidupnya semoga rejekinya lancar. Jarang situasi begini bos2 besar bisa toleransi dan mengalah sama rakyat kecil. Kalo bos besar mau sudah bisa rata itu rumah dengan berbagai scenario. Tapi salutlah sama sama bos besar itu hormat saya pak bu terimakasih atas toleransinya.*”

Komentar diatas merupakan wujud rasa terimakasih warganet yang memiliki rasa bangga terhadap masyarakat Indonesia yang masih memiliki rasa toleransi dan saling menghargai antara pihak apartemen dengan pemilik rumah yang fenomena saat ini mulai jarang terlihat di daerah perkotaan besar. Pihak apartemen menerima jika terdapat rumah sederhana yang bersebelahan di apartemennya, tidak adanya paksaan untuk pengurusan lahan maupun hal lainnya. Dari pihak apartemen juga memberikan akses jalan untuk keluar masuk untuk pemilik rumah agar lebih mudah dalam menjalankan kegiatannya.

## 5. Simpulan dan Saran

Penelitian yang berjudul Analisis Respon Warganet Pada Akun YouTube *The Newsroom* NET Episode Seputar Rumah Kecil Yang Berhimpitan Dengan Apartement Mewah di Tengah Ibu Kota dapat ditarik kesimpulan bahwa bentuk respon oleh warganet pada video behind the scene tersebut menggambarkan 2 model warganet. Warganet model pertama yaitu sangat menjunjung tinggi nilai-nilai kesopanan dalam bertingkah laku dimanapun tempatnya dan kepada siapapun. Hal ini dibuktikan dengan komentar warganet yang mayoritas berisi memberitahu serta mengingatkan bahwa kita sebagai masyarakat Indonesia erat sekali dengan budaya sopan santun/tata krama terlebih lagi dihadapan orang tua yang harus dihormati, namun cara penyampaian yang dilakukan oleh warganet malah terkesan menyalahkan dan menyudutkan reporter sehingga timbul model warganet yang kedua..

Warganet model kedua yaitu warganet memiliki sikap tidak sopan dalam bersosial media. Adanya fitur kolom komentar memiliki tujuan sebagai bentuk komunikasi dengan komunikan mengenai isi konten yang diunggah dan sebagai bentuk evaluasi kedepan untuk memproduksi konten selanjutnya, namun tidak terlihat dan tertutupi dengan komentar ujaran kebencian sehingga konsep utama tayangan ini tidak tersampaikan dengan baik kepada penonton. Dalam hal ini komentar yang berada pada video tersebut cenderung komentar yang mengandung ujaran kebencian terhadap reporter. Perkataan yang menyakiti, menghina secara berlarut-larut menunjukkan

etika bersosial media warganet sangat rendah dan jauh dari norma kesopanan.

Dari bentuk komentar yang dituliskan dapat dilihat karakter warganet Indonesia ketika dihadapkan dengan suatu permasalahan yang langsung diterima tanpa adanya pertimbangan terlebih dahulu. Permasalahan yang dimunculkan pada video tersebut menjadi tolak ukur mereka dalam melihat seorang jurnalis televisi ketika dibelakang layar yang tidak pernah mereka lihat di layar kaca sebelumnya. Saran yang diberikan oleh peneliti terkait dengan fenomena tersebut adalah kolom komentar bukan tempat untuk menghakimi seseorang, tetapi kolom komentar adalah tempat untuk kita saling berinteraksi, bertukar ide, dan evaluasi untuk kedepannya agar lebih baik lagi.

#### Daftar Pustaka

- Databoks. 2018. "Tingkat Kepemirsaaan Stasiun Televisi, Siapa Unggul?" Databoks.Katadata.Co.Id. 2018. <https://databoks.katadata.co.id/datapublish/2018/06/26/tingkat-kepemirsaaan-stasiun-televisi-siapa-unggul>.
- Faiqah, Fatty, Muhammad Nadjib, and Andi Subhan Amir. 2016. "YouTube Sebagai Sarana Komunikasi Bagi Komunitas Makassarvidgram." *KAREBA: Jurnal Ilmu Komunikasi* 5 (2): 259–72. <https://doi.org/https://doi.org/10.31947/kjik.v5i2.1905>.
- Fuadah, Sivaul. 2020. "Respon Kognitif, Afektif, Dan Konatif Jamaah Gereja Stasi ST Benediktus Terhadap Tayangan Aksi Terorisme Surabaya Di YouTube." UIN Syarif Hidayatullah. [https://repository.uinjkt.ac.id/dspace/bitstream/123456789/51843/1/SIVAUL\\_FUADAH-FDK.pdf](https://repository.uinjkt.ac.id/dspace/bitstream/123456789/51843/1/SIVAUL_FUADAH-FDK.pdf).
- Hartomo, Rio. 2008. "Perbedaan Sikap Terhadap Tata Krama Jawa Dalam Menghormati Orang Tua Pada Remaja Desa Dan Remaja Kota." Universitas Sanata Dharma Yogyakarta. [https://repository.usd.ac.id/1729/2/029114135\\_Full.pdf](https://repository.usd.ac.id/1729/2/029114135_Full.pdf).
- Indrajati, Shintya Fajriana, and Poppy Ruliana. 2020. "Strategi Program Acara The Newsroom NET TV Dalam Meningkatkan Rating Program." *Medium Jurnal Ilmiah Fakultas Ilmu Komunikasi Universitas Islam Riau* 8 (1): 66–77. [https://doi.org/https://doi.org/10.25299/medium.2020.vol8\(1\).4841](https://doi.org/https://doi.org/10.25299/medium.2020.vol8(1).4841).
- Naibaho, Marlina. 2016. "Respon Masyarakat Terhadap Pesan Komunikasi Survei Sosial Ekonomi Nasional Pada BPS Kota Pematangsiantar." *Jurnal Simbolika: Research and Learning Communication Study* 2 (1). <https://doi.org/https://doi.org/10.31289/simbollika.v2i1.215>.
- Nurdinah Muhammad. 2017. "Resistensi Masyarakat Urban Dan Masyarakat Tradisional Dalam Menyikapi Perubahan Sosial." *Substantia: Jurnal Ilmu-Ilmu Ushuluddin* 19 (2). <https://doi.org/http://dx.doi.org/10.22373/substantia.v19i2.2882>.
- Purwanto, Edi, and John J.O.I. Ihalauw. 2016. "Bisikan Dari Balik Layar: Netnografi Strategi Bisnis Berorientasi Pasar." *Journal of Business & Applied Management* 9 (2): 220–33. <https://doi.org/http://dx.doi.org/10.30813/jbam.v9i2.862>.
- Rijali, Ahmad. 2018. "Analisis Data Kualitatif." *Alhadharah: Jurnal Ilmu Dakwah* 17 (33). <https://doi.org/http://dx.doi.org/10.18592/alhadharah.v17i33.2374>.
- Rosaliza, Mita. 2015. "Wawancara, Sebuah Interaksi Komunikasi Dalam Penelitian Kualitatif." *Jurnal Ilmu Budaya* 11 (2). <https://doi.org/https://doi.org/10.31849/jib.v11i2.1099>.
- Sigiro, Silvi Vanelia. 2015. "Persepsi Mahasiswa UNTIRTA Terhadap Tayangan Entertainment News Di NET

TV.” Universitas Sutan Ageng Tirtayasa.  
<https://eprints.untirta.ac.id/633/>.

St.Khadija. 2016. “Etika Bertamu Menurut Al-Qur’an (Telaah Surah An-Nur Ayat 27-28).” IAIN Palopo.  
[http://repository.iainpalopo.ac.id/id/eprint/1254/1/St. Khadija.pdf](http://repository.iainpalopo.ac.id/id/eprint/1254/1/St._Khadija.pdf).

Wahyudin, Dinn, Permasih, and Riche Cynthia. 2010. “Teori Teori Komunikasi Pada Tahap Awal.” Bandung: UPI.  
[http://file.upi.edu/Direktori/FIP/JUR.\\_KURIKULUM\\_DAN\\_TEK.\\_PENDIDIKAN/197611152001122-RICHE\\_CYNTHIA\\_JOHAN/Teori\\_Komunikasi/TEORI-KOMUNIKASI\\_PADATAHAP\\_AWAL.pdf](http://file.upi.edu/Direktori/FIP/JUR._KURIKULUM_DAN_TEK._PENDIDIKAN/197611152001122-RICHE_CYNTHIA_JOHAN/Teori_Komunikasi/TEORI-KOMUNIKASI_PADATAHAP_AWAL.pdf).

**Sumber Objek Analisis:**

Akun YouTube *The Newsroom Net*  
<https://YouTube.com/channel/UCCBfV-2gIwFJK45yoq7LqLQ> - diakses 1 maret 2021

Akun YouTube Ruang Integrasi  
<https://youtu.be/p4u1cK5YIsE> episode *Belajar Bikin Instrumen Riset Analisis Isi* dan <https://youtu.be/Krff319IrbI> episode *Mengenal Metode Penelitian Komunikasi Kualitatif* - diakses 1 maret 2021