

## ABSTRAK

Revolusi digital dan penetrasi penggunaan internet oleh masyarakat telah berpengaruh pada lingkup ekosistem jurnalisme. Perubahan ini mengharuskan organisasi media dan jurnalis beradaptasi dengan perkembangan dan tren yang ada. Web daring dan media sosial menjadi sarana yang kian dinikmati oleh audiens menyebabkan produsen media berita harus beradaptasi dengan perubahan, salah satunya Narasi Newsroom milik Narasi.tv. Melalui media sosial khususnya Instagram, Narasi menerapkan serangkaian proses jurnalistik untuk konten berita mereka Narasi Daily, mulai dari tahap pra produksi hingga distribusi. Praktik tersebut mengharuskan Narasi beradaptasi dengan keterbatasan, kemampuan dan ketersediaan yang dimiliki tiap platform media sosial, khususnya Instagram yang menjadi “teras” berita mereka. Penelitian ini menggunakan konsep logika media sosial milik van Dijck dan Poell dengan jenis penelitian deskriptif kualitatif dan metode studi kasus untuk menguraikan adaptasi kemampuan dan keterbatasan media sosial. Hasilnya, Narasi terbukti menerapkan dan mempertimbangkan logika media sosial dalam proses produksi berita Narasi Daily di level pra-produksi dan distribusi dengan menyesuaikan isi dan format penyajian; pengamatan *engagement* konten; pengerjaan berita viral; hingga pemanfaatan data terbuka seperti tren lewat *trending* Twitter. Praktik jurnalisme di media sosial menyadarkan Narasi akan pentingnya pemahaman logika tiap media sosial dan pola konsumsi audiens digital. Sementara itu, algoritma dan pola perilaku audiens yang terus berubah menjadi tantangan Narasi untuk tetap menyediakan informasi dengan penyajian relevan bagi audiens digitalnya. Rekomendasi yang peneliti berikan kepada Narasi Newsroom yakni memberikan pedoman pemanfaatan media sosial serta pelatihan rutin terkait *open source* kepada para jurnalis untuk meningkatkan kredibilitas jurnalistiknya.

**Kata kunci:** jurnalisme media sosial, logika media sosial, Narasi Newsroom, algoritma, tren berita Instagram, produksi berita

## ABSTRACT

The digital revolution and the penetration of internet use by the public have affected the scope of the journalism ecosystem. This change requires media organizations and journalists to adapt to existing developments and trends. The online web and social media are tools that are increasingly enjoyed by audiences, causing news media producers to adapt to changes, one of which is Narasi Newsroom owned by Narasi.tv. Through social media, especially Instagram, Narasi implements a series of journalistic processes for their news content, Narasi Daily, from pre-production to distribution. This practice requires Narasi to adapt to the limitations, capabilities and availability of each social media platform, especially Instagram which is their news "core". This study uses van Dijck and Poell's logical concept of social media with a qualitative descriptive research type and case study method to describe the adaptation capabilities and limitations of social media. As a result, Narasi is proven to apply and consider the logic of social media in the Narasi Daily news production process at the pre-production and distribution levels by adjusting the content and presentation format; observation of content engagement; viral news work; to the use of open data such as trends via Twitter trends. The practice of journalism on social media makes Narasi aware of the importance of understanding the logic of each social media and the consumption patterns of digital audiences. Meanwhile, the ever-changing algorithms and patterns of audience behavior make it a challenge for Narasi to continue to provide information with a relevant presentation for its digital audience. The recommendations that the researchers gave to Narasi Newsroom are to provide guidelines for the use of social media and routine training related to open source for journalists to increase their journalistic credibility.

**Keywords:** social media journalism, social media logic, Narasi Newsroom, algorithms, Instagram news trends, news production