

Kandungan yang Dihasilkan Pengguna di Bilik Berita Malaysia: Prospek dan Cabaran

SITI SURIANI OTHMAN
Universiti Sains Islam Malaysia

ABSTRAK

Kajian tentang kandungan yang dihasilkan pengguna (*User-Generated Content* - UGC) berkembang dengan stabil di seluruh pelusuk dunia. Ini kerana, UGC tidak hanya mempengaruhi kandungan berita, tetapi juga keseluruhan amalanewartawanan. Dalam ruang lingkup kewartawanan warga, UGC mengaburkan sempadan antara siapa pengeluar dan siapa pengguna kandungan kerana keterlibatan khalayak yang menyumbang kepada kolaborasi dalam praktis kewartawanan. Penggunaan teknologi seperti media sosial mendefinisikan semula epistemologi kewartawanan yang tidak pernah kita fikirkan sebelum ini. Kajian ini mengkaji prospek dan cabaran aplikasi UGC di bilik berita Malaysia khususnya penggabungan UGC ke dalam amalan kewartawanan profesional di tiga bilik berita iaitu Berita Harian, Harian Metro dan Sin Chew Daily. Dengan menggunakan kaedah temubual mendalam dengan tujuh penyunting berita dan penyunting dalam talian di tiga akhbar ini, hasil kajian menunjukkan bahawa UGC tergabung dalam pembinaan berita ketiga-tiga akhbar ini secara sederhana. Penglibatan khalayak hanya berlaku pada tahap penyediaan sumber bahan berita dan tidak lebih daripada itu. Bagaimanapun, peristiwa viral masih dianggap sebagai bahan yang sangat berpotensi untuk disahkan dan diterbitkan. Ini menunjukkan bahawa UGC dari segi praktisnya berguna di bilik berita Malaysia, tetapi aplikasinya masih terhad. Pada masa yang sama, media sosial dilihat sebagai alat yang sangat penting oleh wartawan untuk berinteraksi dengan khalayak.

Kata kunci: *Kandungan yang dihasilkan pengguna (UGC), kewartawanan warga, keterlibatan khalayak, media sosial, pengesahan fakta.*

User-Generated Content in Malaysian Newsrooms: Prospect and Challenges

ABSTRACT

Research on User-Generated Content (UGC) is growing steadily around the world. This is because, UGC not only influences the news content, but also the overall practice of journalism. Within the scope of citizen journalism, UGC blurs the boundaries between producers and consumers of content because of audience engagement that contributes to collaboration in journalism practice. The use of technologies such as social media redefines an epistemology of journalism that we have not thought about before. This study examines the prospects and challenges of UGC application in Malaysian newsrooms in particular the incorporation of UGC into professional journalism practice in three newsrooms: Berita Harian, Harian Metro and Sin Chew Daily. Using the research method of in-depth interviews with seven news editors and online editors in these three newspapers, the results of the study showed that UGC was incorporated in the construction of these newspaper news in moderation. Audience engagement occurs only at the level of source preparation of news material and nothing more than that. However, viral events are still considered very potential material to be verified and published. This shows that UGC is practically useful

in Malaysian newsrooms, but its application is still limited. At the same time, social media is seen as a very important tool by journalists to interact with the audience.

Keywords: *User-generated content, citizen journalism, audience engagement, social media, fact verification.*

PENGENALAN

Fenomena Kandungan yang Dihasilkan Pengguna [*User-Generated Content (UGC)*] terus menjadi bahan perbincangan dalam kalangan sarjana bidang kewartawanan yang dapat dikaitkan dengan hasil-hasil kajian yang menyimpulkan bahawa kandungan UGC terus berkembang (Zeng, Dennstedt, & Koller, 2016) dengan kepesatan teknologi (Normah et al., 2013). Menariknya, perkembangan ini bukan hanya mengenai kandungan dan kecenderungan UGC, tetapi kesan UGC terhadap tingkah laku wartawan dan kewartawanan termasuklah mengubah model perniagaan tradisional (Zeng, Dennstedt, & Koller, 2016) dan epistemologi kewartawanan (Wahl-Jorgensen, 2015) itu sendiri.

UGC hari ini dilihat menjadi fenomena yang mengaburkan batas dan sempadan antara pengeluaran dan pengguna kandungan (Bodrozic & Paulussen, 2018), menyebabkan suatu keadaan memerlukan wartawan untuk lebih kuat memenuhi peranan profesional mereka sebagai wartawan (Tong, 2015). Peralihan amalan kewartawanan ini (Blaagaard, 2013) merangkumi aplikasi teknologi (Bonin, 2016) seperti media sosial dalam penghasilan berita (Tandoc, 2019; Tong, 2017), mendorong kita untuk merenungkan tujuan dan fungsi UGC (Bonin, 2016; Canter, 2013) dan pengembangannya dalam dunia pemberitaan (Al-Nashmi et al., 2017).

Perbincangan yang telah dibuat tentang UGC dilakukan dalam konteks kewartawanan warga, yang juga dikenali sebagai kewartawanan partisipatif, kewartawanan sumber terbuka, kewartawanan akar umbi, kewartawanan hiper-lokal (Allan, 2009), kewartawanan timbal balik (Chen & Pain, 2016) atau mod kewartawanan hibrid yang lebih tepat (Gerson et al., 2016). Jenis kewartawanan ini pada dasarnya menunjukkan tahap penyertaan khalayak dalam proses pembuatan berita.

Penyelidikan berkaitan UGC telah menghasilkan kajian mengenai kewartawanan warga yang berusaha sama dengan wartawan profesional dalam penghasilan produk kewartawanan (Wall, 2015) tetapi hal ini belum dikaji secara terperinci di Malaysia. Penyelidikan mengenai hubungan antara kewartawanan profesional dan partisipatif serta penggabungan UGC ke dalam prosedur kewartawanan profesional adalah antara penyelidikan yang terkenal (Naab & Sehl, 2016). Selain itu, banyak kajian mengenai UGC berpusat kepada output yang mengkaji integrasi teknologi dalam penghasilan UGC serta interaksi antara khalayak dan amalan profesional (Chung et al., 2018).

Kajian ini khusus meneliti aplikasi UGC dalam domain bilik berita Malaysia yang mengikuti trend utama dalam pengkajian UGC. Seperti yang ditegaskan oleh Wall (2015) dan Naab dan Sehl (2016), kepentingan utama dalam mengkaji kolaborasi wartawan khususnya dari segi integrasi dengan kewartawanan rakyat adalah dengan memahami aplikasi UGC dalam suasana tertentu. Untuk konteks Malaysia, masih terdapat sedikit kajian yang dilakukan mengenai aplikasi UGC di domain bilik berita. Oleh itu, persoalan tersebut perlu dikenali dan dianalisis secara komprehensif. Maka, kajian ini meneliti sejauh mana penglibatan khalayak dalam proses penerbitan berita dalam konteks Malaysia. Ini merangkumi tahap penglibatan, kesan penglibatan dan cabaran yang

dihadapi di bilik berita. Penyelidikan ini dibentangkan melalui tinjauan literatur, metodologi yang diterapkan, penemuan dan perbincangan, dan kesimpulan.

TINJAUAN LITERATUR

Perbahasan UGC secara amnya dilakukan berkisar di bawah subjek kewartawanan warga. Ini disebabkan oleh sifat UGC sebagai produk kewartawanan yang dihasilkan oleh orang biasa. " *We the Media*" buku karangan Dan Gilmor (2004) adalah antara penulisan awal yang membincangkan tentang kewartawanan warga secara terperinci. Buku ini memfokuskan tentang cara berita dihasilkan yang berubah kerana amalan penulisan berita oleh blogger. Sehubungan itu, Gilmor (2004) menggambarkan penghasilan berita oleh netizen tidak lagi melalui saluran media arus perdana. Usaha ini termasuklah entri dalam media sosial atau berita yang disiarkan melalui inisiatif peribadi (Nah, 2008).

Walau bagaimanapun, konsep kewartawanan warga adalah pelbagai dan ini membawa kepada ketidakselarasan untuk menafsirkan maksudnya (Chung et al., 2018). Sebagai contoh, beberapa sarjana menggambarkan kewartawanan warga dalam suatu bentuk pandangan yang luas, misalnya melibatkan fungsinya dalam mendemokrasikan idea dan maklumat (Nah & Chung, 2016). Sementara itu, beberapa sarjana lain memberikan ruang lingkup definisi yang lebih kecil merangkumi fungsi tertentu seseorang individu untuk mengumpul dan menulis berita (Bowman & Willis, 2003), disokong dengan aplikasi teknologi (Nah, 2008). Kewartawanan warga lebih difokuskan dalam kalangan wartawan profesional dari sudut pandangan normatif pertimbangan pekerjaan, terutama dari segi usaha awam dalam penghasilan berita, latihan dan autonomi (Chung et al., 2018).

Dari perspektif ini, UGC dianggap sebagai produk kewartawanan warga. Sebaliknya, Shepherd (2013) menganggap UGC dalam erti kata yang luas; dengan penglibatan aktiviti berasaskan laman sesawang seperti Web 2.0 dan media sosial. Ini termasuk penggunaan blog (Noor Azlin & Normah, 2012), memuat naik video dan foto, menghantar komen bagi posting dalam talian, mengambil bahagian dalam forum secara dalam talian serta membuat profil dan rangkaian. Ini menunjukkan kompleksiti dalam bidang kewartawanan (Deuze & Witschge, 2018) dengan transformasi yang signifikan terhadap pengalaman digital (Russial, Laufer, & Wasko, 2015) dan pengeluar baru.

Terdapat beberapa isu yang terdapat dalam literatur kewartawanan warga dan UGC. Antara masalahnya ialah penggunaan UGC yang berasal daripada isu penggunaan teknologi dalam bilik berita, penyertaan orang ramai dan pengaruh terhadap rutin harian wartawan. Dalam operasi bilik berita, wartawan mengalami situasi serampang dua mata iaitu UGC memberi manfaat kepada mereka dan dalam masa yang sama meningkatkan tugas mereka setiap hari. Pada suatu ketika, UGC menjadi alat untuk mencari sudut pandang berita (angle) dan alat mendapatkan sumber berita (Blaagaard, 2013).

Antara banyak contoh, media sosial berfungsi sebagai sumber berita yang berpotensi di bilik berita, walaupun masih ada negara yang cuba menyesuaikan sumber berita mereka untuk keperluan politik (Tong, 2017). Salah satu media sosial seperti YouTube, bagaimanapun, dilihat kurang memberi kesan untuk menjadi rujukan sebagai sumber berita kerana lebih memberikan wacana yang berbentuk umum (Al-Nashmi et al., 2017). Dalam komponen media sosial dan teknologi yang berkaitan kewartawanan warga adalah Web 2.0 dan laman sesawang partisipatif

iaitu kebanyakan penyelidikan tertumpu pada blog laman sesawang, forum perbincangan, laman rangkaian sosial dan komen dalam talian (Naab & Sehl, 2016), YouTube (Al-Nashmi et al., 2017) serta pautan blog dan komen (Karlsson et al., 2015).

Dari segi isi kandungan, ramai wartawan menganggap kandungan yang dihasilkan menerusi UGC hanya berfungsi sebagai tambahan kepada kewartawanan profesional – sebagaimana pengalaman akhbar Guardian - UK (Wahl-Jorgensen, 2015). Hasilnya ialah keupayaan menghasilkan lebih banyak kandungan untuk ditulis dan menerbitkan pelbagai jenis berita (Beckers et al., 2017). Oleh itu, ia menuntut pemahaman dalam kalangan wartawan tentang kandungan silang media dan cara menghasilkan berita kerana penonton disajikan dengan cerita yang berbeza secara serentak dan dipengaruhi oleh nilai berita tradisional seperti berita buruk, hiburan, menjengkelkan dan menarik secara visual (Kormelink & Meijer, 2017).

Berkaitan penglibatan khalayak pula, UGC berfungsi untuk mendapatkan reaksi penonton, mengetahui apa yang berlaku dalam masyarakat, mengesahkan sumber dan memperoleh cerita (Shepherd, 2013). Dari sini, ia membolehkan wartawan menilai secara langsung pendapat masyarakat berbanding sebelumnya. Kewartawanan seperti yang dilihat hari ini menjadi semakin terbiasa dengan komen dalam talian dengan peningkatan keseluruhan penglibatan penonton (Chen & Pain, 2016) dari semasa ke semasa.

Sebilangan besar penglibatan khalayak di bilik berita merangkumi aspek perkongsian kandungan dan membincangkan keperluan untuk meningkatkan integrasi terutama antara platform digital dan bukan digital (Hassan & Elmasry, 2018). Bentuk usaha umum yang lain terdiri daripada budaya kewartawanan yang lebih mendalam, misalnya, budaya penulisan kewartawanan yang mendalam dan penyiasatan dalam kalangan masyarakat (Hujaren, 2016). Pada masa yang sama, bilik berita yang lebih kecil saiznya membenarkan lebih ruang penglibatan khalayak di pelbagai peringkat penghasilan berita bersama-sama dengan penyunting berita dalam konteks organisasi dan struktur sesebuah komuniti (Nah et al., 2015).

Oleh itu, UGC membenarkan peranan yang fleksibel antara sumber, bahan-bahan berita dan khalayak (Canter, 2013) sambil menawarkan lebih banyak ruang untuk sinergi (Allan, 2007). Dari sudut pandang ini, kepentingan khalayak dalam kewartawanan ternyata menjadi lebih penting iaitu khalayak bukan hanya menghasilkan atau menjadi sebahagian daripada kandungan media tetapi juga menilai kualiti kewartawanan (Meijer, 2012). Peranan kewartawanan diperluas melalui UGC dengan mempromosikan kasih sayang manusia, menyediakan analisis dan mempromosikan demokrasi melalui pelaporan yang menyeluruh (Bodrozic & Paulussen, 2018). Kewartawanan juga seterusnya menyampaikan berita bernilai tinggi yang terdiri daripada khalayak sebenar dan seterusnya menjadikan kewartawanan lebih relevan dan tepat (Meijer, 2012) terutama bagi kumpulan-kumpulan tertentu seperti kelompok masyarakat yang ketersampingkan (Luce, Jackson, & Thorsen, 2017).

Akibatnya, tidak ada yang aneh apabila budaya kewartawanan Finland mengasimilasi diri mereka dari segi penyertaan UGC dan khalayak. Usaha ini berlaku antara bilik berita dan khalayak umum. Di sini, sudah hilang batasannya antara komen oleh pengguna dengan berita, sehingga pembaca diberi kepercayaan untuk menyokong kewartawanan, malah sehingga membantu kewartawanan penyiasatan (Hujaren, 2016; Mills, 2018). Dalam hal ini, terutama apabila mereka mempunyai kepakaran, khalayak dibenarkan untuk menyumbang bahan mereka kepada bilik berita (Zeng, Dennstedt & Koller, 2016). Keadaan ini berlaku tanpa sempadan yang berlaku di

seluruh dunia membawa kepada identiti yang kabur antara wartawan profesional dan wartawan warga (Luce, Jackson, & Thorsen, 2017).

Walau apapun, UGC tidak sepenuhnya subversif seperti yang berlaku di Sweden (Karlsson et al., 2015). Di negara lain, ia mempunyai tahap penyertaan yang tidak konsisten, dan ini tidak cukup kuat untuk memastikan suara yang terpinggir diketengahkan ke arus perdana (Konieczna, Hatcher, & Moore, 2017). Dari perspektif berbeza, UGC dianggap hanya sebagai media untuk mendorong penyertaan para pembaca dalam proses pembuatan berita dan tidak lebih dari itu (Lawrence, Radcliffe, & Schmidt, 2017) sementara di beberapa bahagian lain di dunia seperti China misalnya, wartawan menganggap khalayak hanya sebagai amatir dan tidak perlu dititikberatkan dalam pembinaan berita oleh wartawan profesional (Tong, 2015).

Lebih-lebih lagi, satu kajian mendapati penglibatan penonton melalui penghasilan UGC adalah rendah (Canter, 2013) yang hanya terlibat dalam peringkat awal penghasilan berita (Lawrence, Radcliffe, & Schmidt, 2017). Sebilangan wartawan juga mengakui media sosial menampung mereka untuk mengenali khalayak, walaupun sebahagian besarnya mempunyai kelebihan untuk terlibat dalam aktiviti luar talian berbanding dalam talian (Belair-Gagnon, Nelsen & Lewis, 2018).

Sifat UGC yang khusus ini mungkin boleh dikaitkan dengan risiko bagi fenomena ini. Isu kredibiliti sering dikaitkan dengan UGC khususnya dari segi mengutip sumber dari media sosial, seperti Facebook (Tandoc, 2019). Hakikatnya, perubahan proses mengenalpasti sumber kewartawanan tidak dapat dipertikaikan, menggunakan sumber-sumber dalam talian sementara golongan elit mengekalkan sumber berita mereka yang berkuasa (Van Leuven et al., 2018).

Inilah masanya yang menjadi sangat relevan kerana sifat UGC yang dihasilkan berdasarkan bukti (Gerson et al., 2016). "Berita konkrit" yang datang dari saksi secara langsung lebih disukai dan dipercayai ramai. Walaupun begitu, UGC tidak meningkatkan kebolehpercayaan berita secara automatik dalam kalangan khalayak, tetapi kaedah pengesahan ini membantu meningkatkan sejumlah kebolehpercayaan dalam kalangan pembaca (Grosser, Hase, & Wintterlin, 2017) kerana dianggap ini adalah cara penting dalam memastikan kebenaran (Johnston, 2016) di UGC.

Dalam konteks aktiviti kewartawanan, UGC jelas mengubah batasan antara wartawan profesional dan proses pemberitaan dalam banyak aspek, termasuk hubungan antara wartawan dengan media sosial seperti Facebook (Johnson & Kelling, 2018), kemahiran baharu dalam memberi reaksi terhadap UGC (Johnston, 2016) yang mesti dilaksanakan kerana cabaran yang dihadapi dalam menguruskan UGC (Konieczna et al., 2017). Sebagai contoh, wartawan menganggap proses pengampangan kini lebih intensif dan mesti dilaksanakan dengan kaedah yang lebih fleksibel, telus dan berasaskan perundingan (Reader, 2018). Oleh itu, apa yang berlaku di bilik berita sebenarnya adalah sangat tidak setanding dengan tugas sebenar yang dilakukan oleh wartawan (Shepherd, 2013). UGC memerlukan lebih tugas dari segi pemeriksaan fakta (Lawrence, Radcliffe, & Schmidt, 2017) serta memastikan beberapa langkah penting dalam pembikinan berita, misalnya strategi pengesahan sumber dalam talian (Van Leuven et al., 2018) sekiranya UGC dianggap sebagai alat untuk meningkatkan demokrasi dan bukan sebagai ancaman.

KAEDAH PENYELIDIKAN

Dalam kajian ini, temu bual mendalam dijalankan bersama tujuh orang penyunting berita dan penyunting berita dalam talian di tiga akhbar di Malaysia iaitu Berita Harian, Harian Metro dan Sin Chew Daily. Ketiga-tiga akhbar ini dipilih berdasarkan statusnya sebagai akhbar utama dalam bahasa Melayu dan bahasa Cina. Walaupun terdapat surat khabar yang berjaya di Malaysia selain daripada sampel yang dipilih, surat khabar ini dipilih berdasarkan kebenaran yang diberikan untuk kajian ini. Di sini, persampelan rawak mudah diterapkan dan memandangkan kajian ini adalah bersifat pemerolehan, maka kaedah persampelan ini boleh diterima (Etikan, 2016).

Informan yang dipilih merupakan penyunting berita dan penyunting berita dalam talian daripada ketiga-tiga surat khabar tersebut. Kriteria utama yang digunakan adalah mempunyai pengalaman sebagai penyunting berita atau penyunting berita dalam talian, atau ketika kajian dijalankan sedang memegang jawatan sebagai penyunting berita atau penyunting berita dalam talian di salah satu akhbar dalam kajian ini.

Tiga akhbar dipilih untuk kajian ini iaitu dua akhbar berbahasa Melayu dan satu berbahasa Cina berdasarkan pengaruh akhbar serta sirkulasinya. Dua akhbar berbahasa Melayu dipilih iaitu *Berita Harian* yang merupakan aliran perdana berformat serius manakala *Harian Metro* adalah akhbar tabloid yang popular. *Berita Harian* mula diterbitkan pada 1 Julai 1957 dan adalah antara akhbar arus perdana dalam Bahasa Melayu di Malaysia. Ia diterbitkan oleh The New Straits Times Press (M) Bhd dengan edaran harian sebanyak 38,000 setiap hari (Audit Bureau of Circulation, 2020). Manakala *Harian Metro* pula merupakan surat khabar tabloid berbahasa Melayu yang ditubuhkan pada 25 Mac 1991 oleh The New Straits Times Press (M) Bhd. Ia adalah antara akhbar berbahasa Melayu yang paling berjaya di Malaysia dengan edaran harian sebanyak 136,000 (Audit Bureau of Circulation, 2020). Akhbar Cina iaitu *Sin Chew Daily* dipilih kerana kekuatan sirkulasinya di Malaysia dan luar China. *Sin Chew Daily* atau dahulunya dikenali sebagai *Sin Chew Jit Poh* adalah surat khabar Cina harian terkemuka di Malaysia. Ia mula diterbitkan pada 15 Januari 1929 di Singapura dan kini dimiliki oleh Sin Chew Media Corporation Berhad setelah pemecahan hak milik. Menurut Biro Audit Peredaran (2015), edaran dicatat sebanyak 340,584 naskah setiap hari dan ia dianggap sebagai surat khabar Cina yang paling laris di Malaysia dan di luar China.

HASIL KAJIAN

Kajian ini telah meneliti tahap penyertaan dalam UGC, kesan pengaplikasian UGC dalam penghasilan berita dan cabarannya dalam bilik berita di Malaysia.

1. Tahap Penyertaan

Penglibatan Khalayak melalui Media Sosial

Berdasarkan temu bual, penglibatan penonton berlaku di semua akhbar dan kebanyakannya berlaku melalui media sosial seperti yang dialami oleh BH yang dikongsikan oleh Wartawan BH1:

Sejak beberapa tahun ini, kami sudah memberi tumpuan kepada *Facebook Live*. Itulah yang paling baharu. Maklum balas positif [dari khalayak]. Ia pernah mencecah 18,000 penonton. Tetapi yang lebih menarik, ia mencapai 100,000 untuk siaran langsung. Oleh itu, kami melihat diri kami benar-benar terbuka untuk [menerima] maklum balas pembaca.

Hasil kajian ini sejajar dengan penemuan Shepherd (2013) bahawa media sosial digunakan sebagai platform untuk mendapatkan maklum balas penonton dan mengetahui apa yang berlaku dalam masyarakat. Apabila Wartawan BH1 mengaitkan jumlah penonton yang menonton berita langsung yang mencecah 100,000 penonton, ini menunjukkan bahawa media sosial adalah alat promosi utama untuk media (Hassan & Elmasry, 2018) yang membolehkan media dicapai khalayak, dan menjadikan jenama mereka dikenali dan mengekalkannya dalam minda penonton.

Selain itu, juga dinyatakan bahawa media sosial adalah platform bagi BH untuk berkomunikasi secara langsung dengan penonton dan *Facebook Live* telah menjadikan usaha ini lebih mudah dan berkesan seperti penjelasan oleh Wartawan BH2:

...dan Berita Harian adalah organisasi yang paling banyak mengoptimumkan aplikasi media sosial. Jadi, kita berinteraksi dengan menggunakan berita kita, mempunyai Facebook, kita mempunyai Instagram dan juga Twitter. Pengikut kami adalah... pengikut BH Online melebihi 4 juta pada masa ini... Ya, organisasi media terbesar di Malaysia. Oleh itu, dengan lebih daripada 4 juta pengikut, setiap berita akan menerima komen. Kami pantau dan mungkin tidak mempunyai interaksi dengan khalayak kerana kekangan kapasiti dan tidak dapat melihat Facebook berterusan selama 24 jam setiap hari bukan? Tapi sekarang kita mempunyai *Facebook Live*, jadi kita gunakan setiap hari untuk membuat liputan. Misalnya, berlaku ombak besar di beberapa negeri dan saya menyelaras *Facebook Live* tentangnya. Seawal 6.30 pagi kita sudah bersiaran langsung.

Ini menunjukkan bahawa, *Facebook Live* dilihat sebagai platform untuk mengurangkan beban dari segi menguruskan maklum balas penonton yang banyak. Melalui *Facebook Live*, kajian ini menunjukkan bahawa wartawan lebih selesa dengan jumlah penglibatan penonton dan ini dilakukan secara konsisten setiap hari (Chen & Pain, 2016). Namun, komunikasi langsung bermaksud wujud keperluan untuk pemantauan dan kawalan sebagaimana dihuraikan oleh Wartawan BH3:

Apabila saya mengatakan pemantauan lebih awal, kami akan memberi penghargaan kepada orang itu sekiranya komennya bagus. Kami memberikan komen terus kepada orang itu. Tapi, kadang-kadang kita jadi letih kerana terlalu banyak menangani komen. Komen positif dan membina, kami pasti akan melayaninya. Dan komen yang berat sebelah, kita akan abaikan. Kami tidak padam komen itu tetapi kami membiarkannya. Komen yang baik akan diambil sebagai panduan atau sebagai simpanan dan rekod kami. Sekiranya terlalu bagus, kami akan memberi komen pula kepada pembaca tersebut. Mereka kemudian akan teruja untuk memberi komen lagi. Kami pula terus menyiarkan komen selepas komen dan ini berlaku secara berterusan.

Asas kawalan juga dijelaskan oleh Wartawan BH3:

Hari ini kita lihat semua orang boleh memberi komen [dan] kami pasti memantau hal ini. Sebagai contoh, jika komen terlalu sinis, atau terlalu kritikal sehingga memfitnah pihak-pihak tertentu, kita pastikan memantau. Pada masa yang sama, jika kita mesti padam, kita akan padam. Itulah amalan kami di sini [dan] kadang-kadang komen seperti yang disiarkan di Facebook, kita akan gunakan juga di bahagian cetak.

Kajian Nielsen (2012) menunjukkan bahawa wartawan bersetuju untuk membenarkan pembaca memberi komen dalam talian. Namun, mereka juga tidak menyukai serangan peribadi dalam komen dan komen yang tidak dipantau. Penyederhanaan komen dilakukan oleh wartawan yang bertanggungjawab dan mereka boleh memutuskan apa yang harus dikekalkan dan apa yang perlu dipadam dalam komen-komen pembaca dalam talian.

Ini menunjukkan kekuatan wartawan profesional dalam praktis UGC. Walaupun terdapat banyak komen dalam talian yang dibuat oleh banyak pembaca, wartawan adalah orang yang mempunyai kuasa untuk memantau dan memoderasi. Selain itu, wartawan HM2 pula menambah tentang kekuatan wartawan untuk memutuskan sejauh mana mereka membenarkan UGC menjadi sebahagian daripada amalan profesional mereka:

Biasanya jika kita mempunyai wartawan kita sendiri, kita tidak akan mengambil [berita daripada] orang ramai. Kecuali misalnya di kawasan luar bandar. Sebagai contoh di Hulu Terengganu, wartawan kami tidak dapat tiba tepat waktu untuk kes kemalangan. Tiga terbunuh. Contoh yang lain. Sabah. Untuk pergi ke tempat tertentu, mungkin memerlukan dua hingga tiga hari dengan [keadaan berhutan, gunung. Di Sabah, ada kemalangan maut setiap hari [tapi] kami tidak akan berjaya [sampai] pada waktunya. Oleh itu, biasanya pihak bomba atau polis atau orang awam akan mengambil gambarnya [dan] ketika mereka memberi kami gambaran, kami mengesahkan dan memberi penghargaan kepada penyumbang iaitu “sumbangan daripada pembaca”.

Ini selaras dengan penemuan Chung et al. (2018) mengenai editor Amerika yang melihat kewartawanan warga dan bagaimana mereka sebenarnya mendefinisikan kewartawanan warga. Secara amnya, para editor menganggap diri mereka mempunyai status yang lebih tinggi daripada wartawan warga dan ini dilakukan dengan sekitar perbincangan normatif dan pekerjaan dalam bidang kewartawanan.

II. Pemilihan Berita Berdasarkan UGC

UGC juga dilihat oleh semua wartawan yang ditemu bual sebagai salah satu sumber bahan pemilihan berita. Seperti yang dijelaskan oleh Wartawan SC:

Kami akan melihat sama ada [ia adalah] berita hangat di Facebook atau Twitter. Kami mempunyai staf dalam talian yang memeriksa berita dalam talian. Apabila mereka menemui sesuatu berita yang menarik, mereka akan kongsi kepada kami.

Penemuan ini sesuai dengan banyak kajian terkini mengenai bagaimana UGC digunakan sebagai sumber bahan berita. Tong (2017) misalnya membuktikan bahawa akhbar memperoleh kandungan daripada media sosial ketika bencana berlaku di China dan United Kingdom. Umumnya, banyak kajian menunjukkan bahawa UGC lebih cenderung membantu dalam proses penghasilan kandungan berita (Hassan & Elmasry, 2018).

Ini seterusnya menghasilkan garis kabur antara amalan dalam kewartawanan profesional dan UGC. Di sinilah kita dapat melihat bahawa UGC menyediakan "amalan pembuatan berita awam" dan bukan sekadar proses pembuatan berita biasa (Bodrozic & Paulussen, 2018). Ini menunjukkan peranan yang lancar antara sumber, bahan-bahan berita dan khalayak iaitu bahan berita kini bersumber daripada khalayak biasa (Canter, 2013).

Sejauh mana pula tepatnya pemilihan berita dilakukan dijelaskan oleh Wartawan HM2. Dia menjelaskan kriteria utama pemilihan berita iaitu, keperluan untuk menjadi "viral":

Memang kami mengambilnya [berita viral] tetapi tidak semuanya. Kami mengambilnya secara minimum. Contohnya berita viral yang kami gunakan ialah Proton Saga sepuluh sen. Kami memilih [berita] viral yang mengandungi kepentingan nasional. Kami tidak akan membuat berita yang hanya memuaskan diri sahaja seperti artis viral, [penerbitan berita seperti ini] memang kurang. [Sebaliknya,] kami memilih seperti seorang pesakit memerlukan buah pinggang baharu atau memerlukan ratusan ribu ringgit untuk pembedahan jantung. Kami memilih berita seperti itu yang menimbulkan rasa simpati dan memerlukan pertolongan orang ramai.

Hakikatnya, kisah viral dilihat sebagai peluang untuk disiarkan sebagai berita terkini seperti yang dijelaskan oleh Wartawan BH4, "Kami menganggap ini [berita viral] sangat serius terutama yang berpeluang menjadi berita terkini". Dalam kajian ini, kita telah melihat bahawa berita viral dilihat sebagai peluang untuk mengembangkan berita terkini di BH.

Ini menunjukkan perubahan dalam proses penentuan berita. Walaupun nilai berita tetap serupa seperti yang ditemui oleh Araujo dan Van Der Meer (2018) dalam kajian mereka mengenai nilai berita yang mempengaruhi Twitter, terdapat juga nilai berita yang lebih spesifik bagi kriteria tertentu yang akan mendorong penonton mengklik termasuk "berita buruk", berita dengan visual menarik, berita hiburan dan berita yang menjengkelkan (Kormelink & Meijer, 2017). Nilai berita seperti itu dapat dikatakan lebih relevan ketika menjelaskan bagaimana peristiwa viral menjadi berita dan bukannya memahami nilai berita tradisional (Harcup & O'Neil, 2001; Galtung & Ruge, 1965). Walau bagaimanapun, Al-Rawi (2019) mendapati bahawa kisah viral dalam konteks media

sosial, biasanya merupakan berita positif, mempunyai kepentingan sosial dan elemen keunikan. Inilah dua nilai berita yang paling menarik untuk dikongsi dan menjadi viral.

Pada masa yang sama, terdapat batasan UGC dari segi tahap keterlibatannya dalam proses penghasilan berita (Wartawan BH4 dan Wartawan HM2). Dalam kata-kata Wartawan BH4 yang menjelaskan bahawa UGC sangat berguna pada tahap awal penerbitan berita. Ia sebenarnya, hanyalah "pencetus" kepada keseluruhan proses pelaporan.

Kami menganggapnya sebagai pencetus berita tetapi bukan sepanjang masa. Ada perkara yang kita lihat serius dan perlu lakukan penyelidikan untuk menggali lebih mendalam. Seperti yang saya sebutkan sebelumnya, surat khabar masih mematuhi etikaewartawanan. Kami hanya akan melaporkan berita yang boleh dipercayai daripada sumber yang disahkan. Kami tidak akan mengambil sumber viral yang tidak diketahui. Dari sudut itu, saya melihat bahawa UGC penting tetapi tidak boleh dianggap sebagai sumber berita tunggal.

Dapatan ini membawa kepada pelbagai penemuan daripada kajian sebelumnya. Had UGC diambil jika difahami dari ruang berita di AS, UGC digunakan dengan terhad kerana tidak dapat memberikan makna yang lebih mendalam kepada wacana umum dan tidak dapat memberikan banyak sumbangan dari segi interaksi dengan khalayak (Al-Nashmi et al., 2017). Keadaan serupa juga berlaku di Sweden apabila kewartawanan partisipatif tidak dilihat berupaya menghasilkan satu bentuk revolusi yang berimpak (Karlsson et al., 2015) kerana integrasi dengan penonton hanya berlaku pada peringkat awal penghasilan berita (Lawrence, Radcliffe, & Schmidt, 2017). Ini dikategorikan oleh Hassan dan Elmasry (2018) sebagai *up to content-sharing level* (hingga ke tahap perkongsian kandungan). Situasi ini bagaimanapun tidak pelik, kerana di banyak bilik berita, UGC telah ditolak oleh wartawan kerana mereka lebih suka menggunakannya hanya sebagai platform penerbitan (Reader, 2018) dan bagaimana ramai sekali wartawan yang pesimis dalam mengintegrasikan khalayak dalam produksi berita (Lawrence, Radcliffe, & Schmidt, 2017).

Walau bagaimanapun, penemuan ini bertentangan dengan kajian Canter (2013) mengenai peranan kewartawanan warga dalam surat khabar Inggeris di United Kingdom (UK). Walaupun Canter (2013) dan Hujanen (2016) juga mendapati bahawa UGC berfungsi sebagai sumber bahan berita yang sangat baik sementara ada juga wartawan warga yang terlibat dalam pelaporan penyiasatan, tahap kerjasama yang berlaku di sana tidak sama di Malaysia. Tahap ini mungkin disebabkan oleh rasa rendah diri dalam kalangan khalayak, sifat ragu-ragu dari segi kesediaan fizikal dan mental serta akses yang rendah terhadap teknologi serta ketakutan untuk menulis (Luce, Jackson, & Thorsen, 2017). Walau bagaimanapun, di bilik berita yang lebih kecil, penglibatan khalayak adalah lebih tinggi (Nah et al. 2015) yang mana ini juga berlaku di Malaysia.

Oleh itu, yakin bahawa UGC hanya digunakan sebagai "tambahan" terhadap berita profesional daripada mengambil alih apa yang ditawarkan oleh kewartawanan profesional, Wartawan HM3 berpendapat:

Sekiranya kita ingin mengatakan ia [UGC] melengkapkan berita, mungkin. Sekiranya kita ingin mengatakan ia menggantikan berita, pastinya tidak. Kami juga tidak menunggu UGC "datang" kepada kami. Sebagai wartawan, kita perlu

mencarinya. Wartawan HM berbeza. Kami tidak berharap orang memberi kami berita [sebaliknya] kitalah yang memberi mereka.

Ini sejajar dengan hasil kajian Konieczna et al. (2017) mengenai motivasi menggunakan UGC di bilik berita. Menurutnya, penyertaan masyarakat merupakan pelengkap kepada amalan kewartawanan profesional. Namun, pada masa yang sama, UGC juga dilihat sebagai alat penting untuk meningkatkan suara masyarakat yang terpinggir dengan berkongsi suara mereka melalui wartawan profesional. Walau bagaimanapun, ini adalah tahap yang masih belum dapat dipraktikkan dalam amalan UGC Malaysia.

KESAN APLIKASI UGC DALAM PENGHASILAN BERITA

Menawarkan Kepelbagaian Berita dan Pelaporan Mendalam

Seperti yang dipersetujui oleh banyak pemerhati, berita politik sangat popular di Malaysia (George, 2005). Walaupun dikritik sebagai berpihak dan menyokong pemerintah yang berkuasa (terutama bercakap mengenai media Malaysia dalam pemerintahan Barisan Nasional selama lebih dari 60 tahun, berakhir pada Mei 2018 setelah tewas dalam pilihan raya ke-14) UGC dilihat sebagai platform oleh wartawan Malaysia untuk membolehkan lebih banyak berita berbentuk minat manusia disiarkan. Seperti yang dijelaskan oleh Wartawan BH1 tentang bagaimana UGC menawarkan kepelbagaian dalam pelaporan berita:

Kami melihat aspek kepentingan manusia. Dalam surat khabar, tidak semuanya [adalah berita] serius yang menyentuh dasar pemerintah. Oleh itu, berita akan memberi beberapa perspektif [berbeza].

Sebenarnya yang menarik, UGC mencetuskan amalan berita baharu di organisasi berita apabila mereka sekarang perlu mengesahkan semula kesahihan cerita di media sosial. Seperti yang dijelaskan oleh Wartawan BH2:

Di Berita Harian, kami memiliki halaman ini, judulnya adalah "Viral di FB". Oleh itu, kami akan memantau, "Oh, video ini viral ini di FB". Oleh itu, kita akan hasilkan berita daripadanya: di mana, bagaimana, siapa orang ini. Contohnya, seperti mangsa ragut. Dua ahli keluarga itu menunggang motosikal yang diragut. Kita buat sehingga kita cari dan cari dan akhirnya berjaya menemui orang tersebut. Temu bual mereka [dan] kami berjaya. Dalam hal ini, kami tidak mahu masyarakat terus percaya apa yang mereka baca [daripada berita viral di sosial media].

Wartawan BH4 juga berkongsi pandangan serupa:

Kerana sekarang ini terdapat begitu banyak perkongsian berita secara meliar [tetapi] itu tidak bermaksud berita itu benar. Menjadi tanggungjawab kita untuk mengesahkannya. Seperti misalnya sekarang kita mempunyai kolum Viral di BH. Kami mengambil kisah viral di pelbagai platform [misalnya] WhatsApp, Facebook

[atau] apa sahaja yang berkaitan dengan kepentingan awam di ruangan ini [dan] orang ramai perlu mengetahui sama ada kisah-kisah ini benar atau tidak.

Mereka juga melihat UGC dapat menjadi alat bagi wartawan profesional untuk menawarkan pemberitaan yang lebih mendalam dan bermakna kepada khalayak, dan bukan sekadar melaporkan berita. Seperti yang dijelaskan oleh Wartawan BH2:

PM baharu sahaja mengumumkan penjawat awam akan mendapat bonus untuk tiga bulan [tetapi] kami tidak menulisnya. Pada masa itu, semua orang [seluruh] dunia tahu [tentang ini]. Oleh itu, kami mencari CUEPACS, kami mencari pengguna, penjawat awam [dan bertanya] bagaimana ini dapat membantu anda.

Ini menunjukkan potensi UGC untuk "mencabar" berita biasa dan dengan itu mendorong penulisan berita yang lebih mendalam. Berdasarkan penemuan dalam kajian ini dalam konteks Malaysia, dapat diujahkan bahawa kepelbagaian berita yang ditawarkan oleh UGC berupaya mencabar praktis umum dari segi pemilihan berita, sehingga mendorong berita yang lebih mendalam untuk dilaporkan berbanding sebelum kewujudan UGC.

Pada masa yang sama, kajian ini menunjukkan bahawa penyertaan dan perkongsian antara organisasi berita profesional dan pembaca biasa di Malaysia tidak begitu tinggi, manakala wartawan profesional pula lebih cenderung melihat diri mereka mempunyai status yang lebih tinggi daripada pembaca. Dari sini, dapat dikatakan bahawa suatu hari nanti, kewartawanan mungkin boleh menilai kembali peranannya dengan membawa semula peranan tradisional mereka yang sudah terbiasa (Braun & Gillespie, 2011).

CABARAN PENGAPLIKASIAN UGC DALAM PENGHASILAN BERITA

a) Verifikasi (Pengesahan) Sebagai Cabaran Utama

Bercakap mengenai UGC, semua wartawan dalam kajian ini menyatakan keprihatinan mereka terhadap cabaran pengesahan di era yang penuh dengan maklumat. Wartawan BH1 misalnya berkata:

Dengan kelebihan teknologi semasa, sebarang kejadian yang berlaku amat cepat dikongsi dan diketahui ramai. Oleh itu, kita juga harus proaktif. Kita perlu menyemak semula video yang diterima daripada WhatsApp. [Misalnya, kami] tanyakan kepada pihak berkuasa, [dan jika sah benar] maka kami akan menggunakannya. Kadang kala, kita harus berhati-hati. Terdapat [juga] kes gambar lama dimainkan semula.

Dengan nada yang serupa, Wartawan SC juga membangkitkan kebimbangannya:

Sekarang terjadi banyak perkara [dan] begitu banyak perkara viral. Kita mesti periksa terlebih dahulu. Sekiranya kami mendapati ceritanya menarik, kami akan menerbitkan ceritanya. Tetapi yang paling penting, kami akan memeriksa sama ada [berita itu] benar atau tidak.

Keperluan untuk mengesahkan sesuatu berita sekali lagi ditekankan oleh Wartawan BH3:

Kami tidak mengetahui kesahihan, kebenaran atau ketepatan berita tersebut. Jadi dari sini, kita sudah terbiasa. Contohnya, ada orang mengadu. Pernah pada suatu hari diadakan latihan untuk anak-anak, ular digunakan untuk menaikkan semangat mereka. Kami hanya mengambil contoh itu. Apabila ada pihak lain yang menghantarnya kepada kami, atau dimuat naik di Facebook mereka, atau rakan mereka menyiarkan semula, atau mereka menghantar rakan mereka yang bekerja sebagai wartawan di sini, ia akan bertukar menjadi pelbagai sumber. Jadi dari situ, sekiranya ceritanya terlalu menarik, kami akan segera memeriksa sama ada kisah viral itu benar atau tidak. Contohnya, yang menggunakan ular tadi. Kami menggunakan video tersebut untuk menjadi salah satu berita. Para pembaca gemar cerita viral, tidak kira apa jenisnya, selagi dapat menarik perhatian pembaca, kita pasti akan meminta wartawan memeriksa [peristiwa viral itu].

Wartawan BH4 pula secara langsung mengaitkan tindakan verifikasi dengan keperluan untuk mematuhi peraturan kewartawanan. Katanya:

Tetapi kita tidak akan mengabaikannya [berita viral] sebagai bahan yang tidak boleh digunakan. Apabila kita melihat semula, terdapat banyak perkara [berlaku] setiap hari. ...jika layak menjadi berita, kita akan mengembangkannya. Tetapi cara cerita dikembangkan sepenuhnya bergantung kepada peraturan dalam kewartawanan. Itulah sebabnya kadang-kadang ketika kami ingin mengesahkan kematian seseorang, [ia mengambil masa] dari pagi hingga petang. Kami menyemak dan mengesahkannya, [kemudian] barulah kami dapat menerbitkannya.

Ini menunjukkan bahawa wartawan kini mempunyai lebih beban dalam melaksanakan tugas harian mereka. Walaupun ada peraturan kewartawanan profesional yang perlu mereka patuhi, sekarang mereka perlu melaksanakan tugas tambahan iaitu mengesahkan maklumat. Ini diakui oleh Wartawan BH2 yang mengatakan, “kita perlu bekerja lebih keras, terutama dari segi pengesahan. Sekarang kita sebenarnya tidak boleh mengambil [sebagai bahan berita] apa-apa [sahaja yang kita dengar]”. Ini sejajar dengan penemuan kajian oleh Lawrence, Radcliffe, dan Schmidt (2017) bahawa bilik berita mendapati pengurusan UGC menuntut tugas tambahan terutama dari aspek verifikasi fakta.

Ini juga dilihat oleh Wartawan HM3 bukan hanya masalah mempraktikkan kewartawanan profesional, tetapi juga kredibiliti dan kewajipan wartawan untuk menghindari penyebaran fitnah:

Kami sentiasa memeriksa setiap maklumat yang kami terima. Sah atau tidak sah. Itu penting. Kerana jika [maklumat itu] salah, itu akan menjadi fitnah. Walaupun sekarang ini di media sosial, banyak perkara boleh jadi viral, HM akan melakukan

pemeriksaan terlebih dahulu. Temu ramah orang ini dan jumpa orang itu serta tanya mereka. Kami mempunyai kredibiliti, imej kami. Kami tidak mahu melanggar etika kami.

Ini seterusnya boleh dikaitkan dengan usaha mendapatkan dan menjaga kepercayaan daripada penonton, seperti yang disebutkan oleh Journalist SC:

Peranti teknologi membuat wartawan bekerja lebih keras. Kita mesti cepat. Pada masa kini, setiap orang mempunyai peranti masing-masing. Kita perlu faham dan mengikuti perkembangan itu. Jadi, organisasi kami juga menuju ke arah ini pada masa akan datang. Cabaran terbesar adalah kita harus mengesahkan semua berita yang muncul. Kepercayaan akan menjadi masalah terbesar.

Tidak dinafikan bahawa UGC mendesak para wartawan agar cepat dan seterusnya berlaku peningkatan tugas dari segi mengesahkan maklumat. Rutin perubahan seperti itu di bilik berita adalah sesuatu yang perlu dilakukan oleh mana-mana wartawan (Konieczna et al., 2017). Tidak ada wartawan yang dapat beroperasi hari ini tanpa mempertimbangkan UGC baik dalam pemilihan berita dan keputusan lain dalam proses pengeluaran berita, termasuk penulisan berita. Menurut Russial et al. (2015), ini meletakkan kewartawanan dalam krisis ketika kita kehilangan legasi kewartawanan (tradisional), ketika ada begitu banyak keraguan dalam mendefinisikan kewartawanan, siapa jurnalis dan keadaan kewartawanan semasa.

b) Status Wartawan Profesional

Dari analisis sebelumnya, kita telah melihat bahawa wartawan profesional dalam kajian ini memandang diri mereka dengan status yang lebih tinggi daripada wartawan rakyat yang menghasilkan UGC (Chung et al., 2018). Wartawan SC misalnya menekankan status akhbar mereka, sebagai alat yang menyokong berita tepat dan boleh dipercayai, berbanding UGC:

Saya rasa orang masih akan membaca berita daripada wartawan [profesional]. Berita viral selalunya tidak benar. Oleh itu, jika pembaca perlu mengesahkan apa-apa, mereka masih akan membaca Sin Chew dan pada masa akan datang juga. Terdapat begitu banyak isu viral dan pembaca memerlukan surat khabar untuk mengetahui apa sebenarnya yang berlaku.

Ini berkaitan dengan kredibiliti wartawan akhbar dan profesional, seperti bagaimana Wartawan BH4 berusaha menghubungkan peranan wartawan dalam memberikan liputan berita mendalam (liputan secara eksklusif) yang dilihat kurang diamalkan dalam penghasilan UGC:

UGC masih tidak dapat mengalahkan kredibiliti. Kredibiliti masih utuh dengan surat khabar dan masih dijunjung tinggi. Selagi ada sekolah kewartawanan, selagi itu kita berpegang pada ini. UGC hanyalah satu bentuk dakwaan. Sama ada betul atau salah, kita tidak tahu. Itulah sebabnya kita menganggapnya sebagai atau pencetus berita. Pada masa akan datang, jika kita mahu bergantung sepenuhnya kepada UGC, saya rasa ia tidak akan berlaku. Ini kerana surat khabar mengandungi

berita yang kita anggap penting dan kita perlu mencarinya sendiri terutama berita eksklusif. Kita mempunyai apa yang tidak dimiliki oleh orang lain [wartawan warga].

Dengan menyediakan pembaca dengan berita yang boleh dipercayai, Wartawan HM2 percaya bahawa wartawan profesional mungkin memainkan peranan mereka untuk memberi manfaat kepada pembaca lebih daripada sekadar menyebarkan maklumat melalui surat khabar mereka. Dia berkata:

Apabila kami menerima maklumat mengenai orang yang memerlukan, kami akan membuat pengesahan terlebih dahulu dan kemudian bertanya kepada Jabatan Kebajikan Masyarakat (JKM). Malah, ada juga masanya JKM meminta tolong daripada pihak kami. Contohnya JKM di Johor. Mereka kekurangan tenaga kerja. Oleh itu, mereka meminta pertolongan kami. Sekiranya ada orang yang memerlukan, kami beritahu mereka dan kami akan melakukannya bersama-sama. Itulah sebabnya kami tidak menghadapi masalah dengan JKM di Johor dan sentiasa bekerjasama.

Penemuan ini menunjukkan bahawa dalam konteks Malaysia, selari dengan hasil kajian Grosser et al. (2017), UGC tidak akan menyebabkan peningkatan kepercayaan terhadap kewartawanan dalam talian. Walau bagaimanapun, tindakan pengesahan maklumat seperti yang dipersetujui oleh wartawan di China dapat meningkatkan kepercayaan tersebut. Walau bagaimanapun, masih ramai yang percaya tahap kepercayaan berita dan gambar atau video mentah dan bukannya berita yang dihasilkan dengan kerjasama dengan wartawan profesional (Tong, 2015). Ini juga berkaitan dengan masalah penting lain dalam kewartawanan, iaitu sumber berita. Wartawan profesional mungkin kurang cenderung untuk berkolaborasi dengan wartawan bukan profesional dalam membangunkan sebuah berita, melainkan menerima beberapa bahan daripada khalayak dan kemudiannya menulis sendiri berita itu.

KESIMPULAN

Secara amnya, hasil kajian ini menunjukkan bahawa penggunaan UGC di bilik berita Malaysia berada pada tahap sederhana dengan cabaran tertentu, tetapi tidak mendapat tentangan dalam kalangan wartawan profesional. Sebagai contoh, semua wartawan dalam kajian ini bersetuju bahawa media sosial adalah alat penting untuk berinteraksi dengan khalayak seperti yang diutarakan oleh wartawan BH iaitu media sosial adalah "salah satu cara melibatkan khalayak" yang paling penting. Ini menunjukkan bahawa UGC telah mewujudkan kesedaran dan keakraban dalam kalangan wartawan Malaysia iaitu mereka menerapkan budaya tertentu dalam praktikal kewartawanan, meraikan penglibatan khalayak dan mengesahkan norma dan nilai di bilik berita.

Dari segi pemilihan berita, tidak diragukan bahawa UGC mempengaruhi pemilihan peristiwa di bilik berita Malaysia. Ianya terhad kepada pengeluaran kandungan dengan menyediakan sumber bahan berita dan belum mencapai tahap penyertaan atau perkongsian bahan yang lebih tinggi dengan bilik berita. Misalnya, hanya isu viral yang disemak lebih lanjut oleh wartawan setelah "dicetuskan" oleh UGC untuk ditulis sebagai berita. Dalam kajian ini,

semua wartawan bersetuju bahawa UGC adalah “makanan tambahan” untuk berita profesional. Ini sejajar dengan hasil kajian Konieczna et al. (2017) yang menyimpulkan bahawa kewartawanan rakyat merupakan pelengkap kepada kewartawanan profesional.

Selain itu, UGC turut menyumbang di bilik berita Malaysia dengan mencabar berita biasa yang dilaporkan secara lebih mendalam. Pada masa yang sama, kerana kepelbagaian berita yang terhasil, organisasi berita juga memainkan peranannya dengan lebih meluas untuk mengesahkan kembali cerita yang disiarkan dalam media sosial bagi meningkatkan kredibiliti mereka sendiri. Dengan mengesahkan kembali isu viral, wartawan profesional berpendapat mereka boleh berfungsi dengan relevan dan kekal berkredibiliti serta meningkatkan kepercayaan khalayak kepada media tradisional berbanding UGC.

Ini berkaitan dengan isu utama yang dibangkitkan oleh informan dalam kajian ini iaitu pengesahan fakta. Mereka semua bersetuju bahawa ada lebih banyak tugas untuk wartawan sekarang berbanding sebelumnya, kerana banyaknya jumlah isu viral yang memerlukan pengesahan fakta. Wartawan berpendapat bahawa mereka perlu melakukan pengesahan fakta untuk mengelakkan penyebaran fitnah kepada orang ramai.

Ini sekaligus dapat meningkatkan status wartawan profesional di mata pembaca kerana wartawan profesional melihat diri mereka sendiri, menepati hujah bahawa wartawan profesional tidak dapat dicari ganti (Reich & Lahav, 2012). Pembaca akan lebih percaya dengan mereka walaupun terdapat kekurangan UGC dari segi sumbangannya di bilik berita Malaysia. Ini mencerminkan, walaupun mungkin tidak sepenuhnya, apa yang dikatakan sebagai jurnalisme timbal balik oleh Chen dan Pain (2016) iaitu dengan memberi manfaat bersama kepada khalayak.

Dalam konteks Malaysia, kita dapat melihat bahawa UGC digunakan dalam pengeluaran berita, tetapi sumbangannya masih terhad. Ini bertentangan dengan penemuan Blaagaard (2013) yang mendapati UGC tidak berguna dan tidak dapat memanfaatkan kewartawanan profesional. Sebenarnya, kajian ini menunjukkan bahawa UGC tidak dapat wujud secara terpisah, malah ia sebenarnya wujud bersama-sama kewartawanan profesional (Canter, 2013).

Sudah jelas sekarang bahawa UGC adalah “amalan penghasilan awam” (Bodrozic & Paulussen, 2018) di mana berita menjadi lebih sosial, dan menuntut wartawan untuk turut menjadi lebih sosial bagi membina berita yang sesuai seperti yang dikehendaki oleh pembaca (Johnston, 2016). Oleh itu, tujuan menghasilkan berita sekarang adalah untuk memupuk kepentingan bersama dengan khalayak (Chen & Pain, 2016) dan pembaca berita, pada masa yang sama, bertujuan mendapatkan keadilan, kejelasan dan ketepatan sesebuah berita dan bukan semata-mata mencapai objektiviti dalam pemberitaan (Russial et al., 2015).

Ini sesungguhnya menimbulkan kerumitan dalam bidang kewartawanan. Bukan hanya terdapat garis kabur antara siapa pengeluar dan siapa pengguna, tetapi juga apa yang harus dibaca oleh pembaca. Ini juga merumitkan hubungan antara kewartawanan profesional dan demokrasi (Johnson & Kelling, 2018). UGC mengubah media dan demokrasi melalui kewartawanan dalam talian (Manosevitch & Tenenboim, 2016) dan membawa kepada pelbagai kemunculan amalan baru yang tidak pernah wujud atau terfikir oleh kita sebelumnya. Namun, tidak dinafikan bahawa UGC adalah salah satu elemen penting yang mendukung kelangsungan masa hadapan bidang kewartawanan (Siti Suriani et al., 2016).

CADANGAN

Kajian masa depan boleh mempertimbangkan untuk memasukkan lebih banyak sampel dalam penyelidikan. Selain itu, penyelidik juga boleh mempertimbangkan organisasi berita yang lebih kecil untuk mengkaji keterlibatan khalayak dan saluran berita dalam talian yang lebih spesifik memandangkan Naab dan Sehl (2016) mendapati bahawa 62 peratus penyelidikan UGC dilakukan di luar institusi kewartawanan yang besar. Penyelidikan masa depan juga boleh dipertimbangkan untuk melaksanakan kajian kuantitatif yang boleh memasukkan tinjauan sebagai salah satu kaedah kajian. Selanjutnya, isu utama UGC boleh dipertimbangkan sebagai subjek kajian utama, iaitu berkaitan strategi pengesahan untuk sumber dalam talian (Van Leuven et al., 2018) dan tahap kolaborasi khalayak yang khusus (Wall, 2015) dalam proses penghasilan berita dan penyertaan khalayak.

BIODATA

Siti Suriani Othman, Ph.D., adalah pensyarah kanan, Fakulti Kepimpinan dan Pengurusan, Universiti Sains Islam Malaysia (USIM). Minat kajian beliau adalah dalam kewartawanan bercetak dan dalam talian di Malaysia. Email: suriani@usim.edu.my

RUJUKAN

- Al-Nashmi, E., North, M., Bloom, T., & Cleary, J. (2017). 'Boots on the ground?': How international news channels incorporate user-generated content into their YouTube presence. *International Communication Gazette*, 79(8), 746–768. <https://doi.org/gckzx9>
- Al-Rawi, A. (2019). Viral news on social media. *Digital Journalism*, 7(1), 63-79. <https://doi.org/10.1080/21670811.2017.1387062>
- Allan, S. (2007). Citizen journalism and the rise of "mass self-communication": Reporting the London bombing. *Global Media Journal Australian Edition*, 1(1), 1-20.
- Allan, S. (2009). Histories of citizen journalism. In S. Allan, & T. Einar (Eds.), *Citizen journalism: Global perspectives* (pp. 17-31). New York: Peter Lang.
- Araujo, T., & Van Der Meer, T. (2018). News values on social media: Exploring what drives peaks in user activity about organizations on Twitter. *Journalism*, 21(5), 633–651.
- Audit Bureau of Circulations. (2015). Circulation figures newspapers 2015 – West & East Malaysia.
- Audit Bureau of Circulations. (2020). Circulation figures newspapers 2020 – West & East Malaysia.
- Beckers, K., Masini, A., Sevenans, J., Burg, M. v., Smedt, J. D., Bulck, H. V., & Walgrave, S. (2017). Are newspapers' news stories becoming more alike? Media content diversity in Belgium, 1983–2013. *Journalism*, 20(12), 1665–1683.
- Belair-Gagnon, V., Nelson, J. L., & Lewis, S. C. (2018). Audience engagement, reciprocity, and the pursuit of community connectedness in public media journalism. *Journalism Practice*, 13(5), 558-575. <https://doi.org/10.1080/17512786.2018.1542975>
- Blaagaard, B. B. (2013). Shifting boundaries: Objectivity, citizen journalism and tomorrow's journalists. *Journalism*, 14(8), 1076-1090. doi:10.1177/1464884912469081
- Bodrozic, S., & Paulussen, S. (2018). Citizen media practices at the digital startup Mvslim. *Journalism Practice*, 12(8), 1061-1069. doi:10.1080/17512786.2018.1493945
- Bonin, G. A. (2016). Organizational factors influencing journalists' use of user-generated content: A case of Canadian radio newsrooms. *The Radio Journal: International Studies in Broadcast & Audio Media*, 14(1), 109-122. https://doi.org/10.1386/rjao.14.1.109_1
- Bowman, S., & Willis, C. (2003). *We media: How audiences are shaping the future of news and information*. Reston, Virginia: The Media Center at the American Press Institute.
- Braun, J., & Gillespie, T. (2011). Hosting the public discourse: Hosting the public. *Journalism Practice*, 5(4), 383-398.
- Canter, L. (2013). The source, the resource and the collaborator: The role of citizen journalism in local UK newspapers. *Journalism*, 14(8), 1091-1109. <https://doi.org/j4dz>
- Chen, G. M., & Pain, P. (2016). Normalizing online comments. *Journalism Practice*, 11(7), 876-892. <https://doi.org/10.1080/17512786.2016.1205954>
- Chung, D. S., Nah, S., & Yamamoto, M. (2018). Conceptualizing citizen journalism: US news editors' views. *Journalism*, 19(12), 1694–1712.
- Deuze, M., & Witschge, T. (2018). Beyond journalism: Theorizing the transformation of journalism. *Journalism*, 19(2), 165-181. <https://doi.org/10.1177/1464884916688550>
- Etikan, I., (2016). Comparison of convenience sampling and purposive sampling. *American Journal of Theoretical and Applied Statistics*, 5(1), 1-4.
- Galtung, J., & Ruge, M. H. (1965). The structure of foreign news. The presentation of the Congo, Cuba and Cyprus crises in four Norwegian Newspapers. *Journal of Peace Research*, 2, 64-91.

- George, C. (2005). The internet's political impact and the penetration/participation paradox in Malaysia and Singapore. *Media, Culture & Society*, 27(6), 903–920. <https://doi.org/djq2wt>
- Gerson, D., Chen, N.-T. N., Wenzel, A., Ball-Rokeach, S., & Parks, M. (2016). From audience to reporter: Recruiting and training community members at a participatory news site serving a multiethnic city. *Journalism Practice*, 11(2-3), 336-354. <https://doi.org/j4d2>
- Gilmor, D. (2004). *We the media: Grassroots journalism by the people, for the people*. Sebastopol, CA: O'Reilly Media.
- Grosser, K. M., Hase, V., & Wintterlin, F. (2017). Trustworthy or shady? Exploring the influence of verifying and visualizing user-generated content (UGC) on online journalism's trustworthiness. *Journalism Studies*, 20(4), 500-522. <https://doi.org/j4d3>
- Harcup, T., & O'Neill, D. (2001). What is news? Galtung and Ruge revisited. *Journalism Practice*, 2(2), 261-280. <https://doi.org/10.1080/14616700118449>
- Hassan, M. M., & Elmasry, M. H. (2018). Convergence between platforms in the newsroom: An applied study of Al-Jazeera Mubasher. *Journalism Practice*, 13(4), 476-492.
- Hujanen, J. (2016). Participation and the blurring values of journalism. *Journalism Studies*, 17(7), 871-880. <https://doi.org/10.1080/1461670X.2016.1171164>
- Johnson, B. G., & Kelling, K. (2018). Placing Facebook: "Trending," "Napalm Girl," "fake news" and journalistic boundary work. *Journalism Practice*, 12(7), 817-833.
- Johnston, L. (2016). Social news = Journalism evolution? How the integration of UGC into newswork helps and hinders the role of the journalist. *Digital Journalism*, 4(7), 899-909. <https://doi.org/10.1080/21670811.2016.1168709>
- Karlsson, M., Bergström, A., Clerwall, C., & Fast, K. (2015). Participatory journalism – the (r)evolution that wasn't. Content and user behavior in Sweden 2007-2013. *Journal of Computer-Mediated Communication*, 20(3), 295-311. <https://doi.org/10.1111/jcc4.12115>
- Konieczna, M., Hatcher, J. A., & Moore, J. E. (2017). Citizen-centered journalism and contested boundaries: Innovations and limitations at three news organizations. *Journalism Practice*, 12(1), 4-18. <https://doi.org/10.1080/17512786.2016.1269292>
- Kormelink, T. G., & Meijer, I. C. (2017). What clicks actually mean: Exploring digital news user practices. *Journalism*, 19(5), 668-683. <https://doi.org/10.1177/1464884916688290>
- Lawrence, R. G., Radcliffe, D., & Schmidt, T. R. (2017). Practicing engagement: Participatory journalism in the Web 2.0 era. *Journalism Practice*, 12(10), 1220-1240.
- Luce, A., Jackson, D., & Thorsen, E. (2017). Citizen journalism at the margins. *Journalism Practice*, 11(2-3), 266-284. <https://doi.org/10.1080/17512786.2016.1222883>
- Manosevitch, I., & Tenenboim, O. (2016). The multifaceted role of user-generated content in news websites: An analytical framework. *Digital Journalism*, 5(6), 731-752.
- Meijer, I. C. (2012). Valuable journalism: A search for quality from the vantage point of the user. *Journalism*, 14(6), 754-770. <https://doi.org/10.1177/1464884912455899>
- Mills, A. (2018). Now you see me – Now you don't: Journalists' experiences with surveillance. *Journalism Practice*, 13(6), 690-707. <https://doi.org/10.1080/17512786.2018.1555006>
- Naab, T. K., & Sehl, A. (2016). Studies of user-generated content: A systematic review. *Journalism*, 18(10), 1256–1273. <https://doi.org/10.1177/1464884916673557>
- Nah, S. (2008). Citizen reporters. In S. L. Vaughn (Ed.), *Encyclopedia of American journalism* (pp. 100-103). New York: Routledge.

- Nah, S., & Chung, D. S. (2016). Communicative action and citizen journalism: A case study of OhmyNews in South Korea. *International Journal of Communication*, 10, 2297-2317. https://uknowledge.uky.edu/slis_facpub/24
- Nah, S., Yamamoto, M., Chung, D. S., & Zuercher, R. (2015). Modeling the adoption and use of citizen journalism by online newspapers. *Journalism & Mass Communication Quarterly*, 92(2), 399-420. <https://doi.org/10.1177/1077699015574483>
- Nielsen, C. (2012). Newspaper journalists support online comments. *Newspaper Research Journal*, 33(1), 86–100. <https://doi.org/10.1177/073953291203300107>
- Noor Azlin Bidin, & Normah Mustaffa. (2012). Blogosphere: How youth perceived blogs credibility. *Jurnal Komunikasi: Malaysian Journal of Communication*, 28(1), 33-54.
- Normah Mustaffa, Maizatul Haizan Mahbob, Wan Amizah Wan Mahmud, Fauziah Ahmad, & Helmi Abd. Rahim. (2013). Kebergantungan internet dan aktiviti online remaja di Lembah Kelang. *Jurnal Komunikasi: Malaysian Journal of Communication*, 29(1), 199-212.
- Reader, B. (2018). Working with the ‘gated’: A case study of ABC Open’s blend of reciprocal journalism and ‘collegial gatekeeping’. *Journalism*, 22(1), 265–281.
- Reich, Z., & Lahav, H. (2012). Are reporters replaceable? Literary authors produce a daily newspaper. *Journalism*, 13(4), 417-434. <https://doi.org/10.1177/1464884911421701>
- Russial, J., Laufer, P., & Wasko, J. (2015). Journalism in crisis? *Javnost - The Public*, 22(4), 299-312. <https://doi.org/10.1080/13183222.2015.1091618>
- Shepherd, T. (2013). ‘Young Canadians’ apprenticeship labour in user-generated content. *Canadian Journal of Communication*, 38(1), 35–55. <https://doi.org/gfb242>
- Siti Suriani Othman, Liana Mat Nayan, Lee Kuok Tiung, & Nik Norma Nik Hassan. (2016). Masa hadapan akhbar Malaysia dalam masyarakat jaringan. *Jurnal Komunikasi: Malaysian Journal of Communication*, 34(4), 214-231.
- Tandoc Jr., E.C. (2019). Tell me who your sources are: Perceptions of news credibility on social media. *Journalism Practice*, 13(2), 178-190. <https://doi.org/ggjk2s>
- Tong, J. (2015). Chinese journalists' views of user-generated content producers and journalism: A case study of the boundary work of journalism. *Asian Journal of Communication*, 25(6), 600-616. <https://doi.org/10.1080/01292986.2015.1019526>
- Tong, J. (2017). Technology and journalism: ‘Dissolving’ social media content into disaster reporting on three Chinese disasters. *The International Communication Gazette*, 79(4), 400-418. <https://doi.org/10.1177/1748048516682142>
- Van Leuven, S., Kruikemeier, S., Lecheler, S., & Hermans, L. (2018). Online and newsworthy: Have online sources changed journalism? *Digital Journalism*, 6(7), 798-806.
- Wahl-Jorgensen, K. (2015). Resisting epistemologies of user-generated content? Cooptation, segregation and the boundaries of journalism. In M. Carlson & S. C. Lewis (Eds.), *Boundaries of journalism: Professionalism, practices and participation* (pp. 169-185). Routledge.
- Wall, M. (2015). Citizen journalism: A retrospective on what we know, an agenda for what we don’t. *Digital Journalism*, 3(6), 797-813. <https://doi.org/grnqs3>
- Zeng, M. A., Dennstedt, B., & Koller, H. (2016). Democratizing journalism – How user-generated content and user communities affect publishers’ business models. *Creativity and Innovation Management*, 25(4), 536-551. <https://doi.org/10.1111/caim.12199>