

## Implementasi *Open Source Intelligence* dalam Praktik Jurnalisme di Media Online

**Mochammad Haris Wahyudi\***, **Arbaiyah Satriani**

Prodi Jurnalistik, Fakultas Ilmu Komunikasi, Universitas Islam Bandung, Indonesia.

\* haris.wahyudi.hw@gmail.com, arbaiyahsatriani@unisba.ac.id

**Abstract.** According to the Headquarters Department of the Army, OSINT is an intelligence activity that aims to find out certain information by collecting, exploiting, and disseminating information obtained from open sources. Even so, the implementation can be done anywhere. In Indonesia itself, the idea of OSINT actually became a topic of conversation in 2004. Even in 2012, Kominfo held the Indonesia Open Source Award (IOSA 2012). But until now its use is still considered minimal. In the realm of journalism in Indonesia, this is also still rarely done by the media. Therefore, researchers want to study how OSINT is used in online media Detikcom and its effect on readership by taking the example of the child murder case in Cimahi. This research uses a qualitative approach based on case studies. There are two types of data collection methods, primary collection: Observation, Interview, Literature Study, Internet Sources, and additional secondary data collection: Documentation. In addition, representatives from the Press Council and Detikcom editors as well as assistant editors became resource persons in this study. The purpose of this study is to study how OSINT is used in online media and its effect on readership. The online media Detik.com is the subject of this investigation, and DetikCom's coverage of the child killings in Cimahi is the object.

**Keywords:** *OSINT, Media Cyber, Online Media.*

**Abstrak.** Menurut Headquarters Department of the Army, OSINT merupakan sebuah kegiatan intelejen yang bertujuan untuk mengetahui informasi tertentu dengan cara mengumpulkan, mengeksploitasi, dan menyebarluaskan sebuah informasi yang didapat dari sumber terbuka. Meski begitu, Implementasinya bisa dilakukan dimana saja. Di Indonesia sendiri, gagasan mengenai OSINT sebenarnya sudah menjadi perbincangan pada 2004. Bahkan pada 2012, Kominfo sempat menggelar perhelatan Indonesia Open Source Award (IOSA 2012). Namun sampai saat ini penggunaannya masih dirasa minim. Dalam ranah jurnalisme di Indonesia, hal ini juga masih terhitung jarang dilakukan oleh media. Oleh karena itu peneliti ingin mempelajari bagaimana OSINT digunakan di media online Detikcom dan pengaruhnya terhadap jumlah pembaca dengan mengambil contoh kasus pembunuhan anak di Cimahi. Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif berbasis studi kasus. Ada dua jenis metode pengumpulan data, pengumpulan primer: Observasi, Wawancara, Studi Literatur, Sumber Internet, dan pengumpulan data sekunder tambahan: Dokumentasi. Selain itu, perwakilan dari Dewan Pers dan redaktur Detikcom serta asisten redaktur menjadi narasumber dalam penelitian ini. Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mempelajari bagaimana OSINT digunakan dalam media online dan pengaruhnya terhadap jumlah pembaca. Media online Detik.com menjadi subjek investigasi ini, dan liputan DetikCom tentang pembunuhan anak di Cimahi menjadi objeknya.

**Kata Kunci:** *OSINT, Media Cyber, Media Online.*

## A. Pendahuluan

Produk jurnalisme yang di dalamnya melibatkan metode *open source intelligence* (OSINT) dinilai menarik, karena pembaca dapat menemukan perspektif dan temuan - temuan baru di luar temuan umum yang berpaku pada hasil wawancara atau pernyataan pihak berwenang atau pihak terkait lainnya. Misalnya berita dari kasus pembunuhan yang memakan korban seorang anak di Cimahi pada

Selain memberikan keterangan tempat, OSINT juga mampu membantu penulis berita dalam mencari profil pelaku kejahatan melalui proses *profiling* yang dilakukan dengan menggunakan metode *social media intelligence* (SOCMINT).

Kelebihan lainnya dari penggunaan OSINT dalam proses pembuatan sebuah produk jurnalistik juga terletak pada bagaimana kecakapan toolsnya yang dapat menyaring topik di internet, sehingga menghindarkan penulis berita memberitakan sebuah kejadian dengan kekeliruan dalam narasinya atau *false context* yang dinilai lebih berbahaya dibandingkan HOAX.

Karena beberapa hal tersebut, OSINT seakan menjadi sebuah jawaban atas pernyataan bahwa media sebagai industri dan para jurnalis yang tergabung di dalamnya selalu dituntut agar dapat melihat lebih jauh ke depan guna memastikan produk yang mereka ciptakan terkalibrasi dengan kebutuhan informasi masyarakat. Mengingat Inovasi menjadi sebuah keharusan, ditengah angka persaingan media (terkhusus media online) yang semakin tinggi.

Fenomena penggunaan metode OSINT untuk keperluan jurnalistik di Indonesia memang masih terhitung baru dan masih bisa dikatakan hanya beberapa media saja yang memanfaatkan metode ini dalam beberapa tahun kebelakang. Di Indonesia praktik OSINT untuk keperluan umum sebenarnya telah “diperkenalkan” oleh pemerintah sejak 2004 lalu. Bahkan pada 2012, Kominfo sempat menggelar perhelatan Indonesia Open Source Award (IOSA 2012) dengan harapan menumbuhkan minat menggunakan peranti lunak berbasis *open source* baik di kalangan instansi pemerintah, wartawan dan juga masyarakat. Namun, hingga kini penggunaannya dinilai masih sangat kurang. (Kominfo 2012)

Berdasarkan paparan Michael Bazzell mengenai OSINT dalam karyanya yang berjudul *Open Source Intelligence Techniques: Resources for Searching and Analyzing online information* edisi ke tujuh (Bazzell 2019: 6) secara resmi, OSINT didefinisikan sebagai kegiatan *intelejen* dengan melibatkan pengumpulan informasi yang berasal dari sumber terbuka, lantas mengeksploiasinya dan menyebarkan informasi tersebut ketika waktunya tepat, kepada khalayak dan tujuan yang tepat.

Sebagaimana namanya, praktik OSINT hanya menggunakan sumber terbuka yang tersedia di internet dan bisa diakses oleh siapa saja. Bahkan tanpa kita sadari, sebenarnya selama ini kita sering melakukan praktik OSINT. Mulai dari mencari suatu barang di *e-commerce* misalnya, atau hal sederhana lainnya seperti mencari arsip makalah di internet untuk keperluan tugas.

Jika kita menilik sedikit ke belakang, OSINT pada mulanya merupakan sebuah kegiatan pengumpulan informasi yang dilakukan oleh pihak *intelijen* dengan cara – cara tradisional. Kejadian Pearl Harbour pada 7 desember 1941 yang kala itu menimpa Amerika membuat urgensi akan informasi *intelejen* bagi pihak Amerika menjadi semakin jelas, sehingga dibentuklah OSS (*Office of Strategic Service*) yang dikepalai oleh William Joseph Donovan (Colquhoun 2016).

Dalam dunia jurnalisme, OSINT bertindak selaku pisau bedah bagi para jurnalis yang ingin menyelami lautan arsip informasi di Internet guna melengkapi data atau fakta terkait berita yang akan mereka buat. Fakta bagi produk jurnalistik merupakan tolak ukur suatu produk tersebut akurat atau tidak. Keakuratan fakta menyangkut laporan wartawan mengenai berbagai orang, tempat, dan keterangan lain. (Santana 2017: 137)

Meskipun bersifat legal, penggunaan sumber terbuka sebagai bagian dari praktik kewartawanan memiliki batasan lain yang berkaitan dengan ranah moral dan etika para jurnalis. Seperti yang tertulis pada buku *Jurnalisme Kontemporer* edisi 2 karya Septiawan Santana K (2017: 273-274), dijelaskan bahwa praktik kewartawanan harus dilandasi etika. Tanpa etika, moralisme jurnalisme pun surut. Moralitas menghubungkan etika dengan makna

dan tujuan pemberitaan. Maka dari itu dalam pemberitaan yang melibatkan data personal yang bersifat privacy pada berbagai lapisan kelompok sosial. Jurnalis harus mengacu kepada nilai - nilai tertentu, di antaranya yaitu kepentingan publik.

Berdasarkan latar belakang tersebut, penelitian ini bertujuan untuk:

1. Mengetahui bagaimana menggunakan OSINT dalam pengumpulan dan pengolahan data?
2. Mengetahui bagaimana penerapan kode etik di media online terkait penerapan OSINT dalam proses pengumpulan data?

## **B. Metodologi Penelitian**

Seperti yang tertulis pada buku Pengantar Komunikasi Massa karya Nurudin (2007), komunikasi massa merupakan pengembangan dari kata media of mass communication (media komunikasi massa) yang berarti komunikasi melalui media massa (media cetak dan elektronik). Massa yang dimaksud dalam konteks komunikasi merupakan penerima pesan yang berkaitan dengan media massa tersebut, yakni khalayak atau pembaca.

Media massa lekat kaitannya dengan istilah jurnalistik. Menurut Kusumaningrat (2006), istilah jurnalistik atau journalism berasal dari kata journal yang berarti catatan harian atau catatan mengenai kejadian sehari-hari. Journal berasal dari bahasa latin *Djurnal*, yaitu orang yang melakukan pekerjaan pencatatan.

Istilah jurnalistik ditinjau dari tiga sudut pandang, harfiah, konseptual, dan praktis. Secara harfiah, jurnalistik artinya kewartawanan atau kepenulisan. Secara sederhana jurnalistik merujuk kepada disiplin keilmuan, sedangkan jurnalistik merujuk pada orang yang melakukan kegiatan jurnalistik. Selain itu muncul istilah jurnalisme yang maknanya lebih kepada sifat dan aktivitas jurnalistik (Herman & Harun, 2018: 28).

Adapun jurnalistik Online yang merupakan bagian dari jurnalistik. Asep Romli (2018) pada buku Jurnalistik Online (Online Journalism) menjelaskan bahwa jurnalisme online merupakan proses penyebaran informasi melalui media online. Jurnalisme online memiliki ciri sebagai praktik jurnalistik yang mempertimbangkan beragam format media untuk menyusun isi liputan yang memungkinkan terjadinya interaksi antara jurnalis dan audiens melalui penggabungan berbagai elemen berita dengan sumber-sumber online yang lain. Kelebihan daripada jurnalisme online terletak pada interaksi antara penulis dan pembaca.

Berkaitan dengan hal ini, di Indonesia terdapat hukum yang mengikat segala bentuk kegiatan jurnalistik. Hal ini dituangkan ke UU No. 40/1999 tentang Pers. Adalah kode etik jurnalistik yang menghimpun etika profesi wartawan. Kode etik jurnalistik sendiri merupakan himpunan etika profesi yang bisa menjadi pedoman operasional dalam menegakkan integritas dan profesionalitas wartawan.

Selain itu terdapat pula yang namanya pedoman media cyber. Kemerdekaan berpendapat, kemerdekaan berekspresi, dan kemerdekaan pers adalah hak asasi manusia yang dilindungi Pancasila, Undang-Undang Dasar 1945, dan Deklarasi Universal Hak Asasi Manusia PBB. Keberadaan media siber di Indonesia juga merupakan bagian dari kemerdekaan berpendapat, kemerdekaan berekspresi, dan kemerdekaan pers.

Media siber memiliki karakter khusus sehingga memerlukan pedoman agar pengelolaannya dapat dilaksanakan secara profesional, memenuhi fungsi, hak, dan kewajibannya sesuai Undang-Undang Nomor 40 Tahun 1999 tentang Pers dan Kode Etik Jurnalistik. Untuk itu Dewan Pers bersama organisasi pers, pengelola media siber, dan masyarakat menyusun Pedoman Pemberitaan Media Siber (Website Dewan Pers). Salah satu poinnya, yakni:

### **Ruang Lingkup**

1. Media Siber adalah segala bentuk media yang menggunakan wahana internet dan melaksanakan kegiatan jurnalistik, serta memenuhi persyaratan Undang-Undang Pers dan Standar Perusahaan Pers yang ditetapkan Dewan Pers.
2. Isi Buatan Pengguna (User Generated Content) adalah segala isi yang dibuat dan atau dipublikasikan oleh pengguna media siber, antara lain, artikel, gambar, komentar,

suara, video dan berbagai bentuk unggahan yang melekat pada media siber, seperti blog, forum, komentar pembaca atau pemirsa, dan bentuk lain.

### **Verifikasi dan keberimbangan berita**

1. Pada prinsipnya setiap berita harus melalui verifikasi.
2. Berita yang dapat merugikan pihak lain memerlukan verifikasi pada berita yang sama untuk memenuhi prinsip akurasi dan keberimbangan.
3. Ketentuan dalam butir (a) di atas dikecualikan, dengan syarat:  
Berita benar-benar mengandung kepentingan publik yang bersifat mendesak;  
Sumber berita yang pertama adalah sumber yang jelas disebutkan identitasnya, kredibel dan kompeten;  
Subyek berita yang harus dikonfirmasi tidak diketahui keberadaannya dan atau tidak dapat diwawancarai;  
Media memberikan penjelasan kepada pembaca bahwa berita tersebut masih memerlukan verifikasi lebih lanjut yang diupayakan dalam waktu secepatnya. Penjelasan dimuat pada bagian akhir dari berita yang sama, di dalam kurung dan menggunakan huruf miring.
4. Setelah memuat berita sesuai dengan butir (c), media wajib meneruskan upaya verifikasi, dan setelah verifikasi didapatkan, hasil verifikasi dicantumkan pada berita pemutakhiran (update) dengan tautan pada berita yang belum terverifikasi.

Salah satu bentuk karya jurnalistik adalah berita. Bachen menyatakan bahwa tulisan yang dibuat oleh wartawan dan kemudian dimuat di satu atau lebih media bisa diartikan sebagai berita. Pengertian mengenai berita ini Bachen kemukakan berdasarkan kondisi di tahun 1999. Berbeda dengan saat ini, berita tidak harus disiarkan di media tradisional seperti media cetak, radio, atau televisi. Informasi di media sosial dan media online dianggap berita padahal bukan wartawan yang membuat atau menyiarkannya. Selama informasi yang disajikan memenuhi standar berita profesional (harus relevan, menarik, lengkap, dan mengandung nilai berita) siapa pun bisa menjadi jurnalis. (Supadiyanto 2020:22)

Menurut Michael Bazzell dalam karyanya yang berjudul *Open Source Intelligence Techniques: Resources for Searching and Analyzing online information* edisi ke tujuh (Bazzell 2019: 6) menyatakan bahwa kecerdasan Sumber Terbuka atau OSINT, memiliki penjabaran yang berbeda – beda bagi berbagai macam individu. Secara resmi, OSINT didefinisikan sebagai kegiatan intelejen dengan melibatkan pengumpulan informasi yang berasal dari sumber terbuka, lantas mengeksploiasinya dan menyebarkan informasi tersebut ketika waktunya tepat, kepada khalayak dan tujuan yang tepat.

Bazzell juga menyatakan bahwa (Bazzell 2019: 6) dalam praktiknya, menemukan informasi online gratis bukanlah tahap akhir dari analisis OSINT. Informasi yang tersedia secara online tidak akan tersedia selamanya, maka dari itu perlu dilakukan pengarsipan. Terutama jika data yang diperoleh diperuntukan bagi penyelidikan, pemeriksaan latar belakang, atau mengidentifikasi karyawan bermasalah. Sesuai dengan metode pengumpulan dan pelaporan yang dimana nantinya data akan dirinci dan dirujuk.

Selain itu, terdapat juga Hassan dan Hijazi dalam buku yang berjudul *Open Source Intelligence Methods and Tools A Practical Guide to Online* (Hassan N.A. Hijazi R, 2018: 205) menjelaskan bahwa Kecerdasan media sosial (SOCMINT) mengacu pada pengumpulan informasi dari platform media sosial yang bersifat terbuka ke publik (misalnya postingan publik di Facebook) bukan private atau pribadi. Hal ini dikarenakan informasi pribadi tidak bisa dapat diakses tanpa izin yang tepat (misalnya, pesan atau kiriman pribadi Facebook hanya dibagi dengan teman). Meskipun mayoritas situs media sosial mengharuskan penggunaannya untuk mendaftar sebelum mengakses situs konten secara lengkap, banyak survei menunjukkan bahwa pengguna media sosial mengharapkan beberapa bentuk privasi untuk aktivitas online mereka (bahkan saat memposting konten dengan akses publik). Namun, pakar keamanan umumnya menganggap informasi yang dibagikan di situs media sosial sebagai milik domain OSINT karena itu adalah informasi publik yang dibagikan secara online public platform dan dengan demikian dapat dieksploitasi untuk tujuan yang berbeda.

### C. Hasil Penelitian dan Pembahasan

Dalam penelitian ini penulis menggunakan teori uses and gratification yang memiliki anggapan bahwa individu atau komunikan sadar akan kebutuhan mereka dan bagaimana untuk memenuhi kebutuhan tersebut. Disini media hanya menjadi salah satu cara pemenuhan kebutuhan dan individu bisa jadi menggunakan media untuk memenuhi kebutuhan mereka, atau tidak menggunakan media dan memilih cara lain. Uses and Gratifications mengasumsikan khalayak sebagai individu yang “pintar” di mana mereka hanya mengkonsumsi media yang mampu memenuhi kepentingan-kepentingan yang mereka bawa. Teori ini melihat ‘bagaimana dan seberapa besar media dapat memenuhi kebutuhan khalayak’ bukan “bagaimana dan seberapa besar suatu media dapat mempengaruhi khalayak.

Dalam perkembangannya, terdapat beberapa asumsi yang mendasari teori uses and gratifications ini. Salah satunya yaitu asumsi dasar dari tokoh yang mempelopori munculnya teori uses and gratifications, Elihu Katz, Jay G. Blumler dan Michael Gurevitch (Baran dan Davis, 2009) yang menguraikan lima asumsi-asumsi dasar dari teori ini yaitu:

#### **Khalayak memiliki peran aktif**

Khalayak bukanlah penerima (audiens) yang pasif atas apapun yang media sajikan. Khalayak memiliki peran dalam memilih dan menentukan isi program media. Perilaku komunikasi khalayak mengacu kepada target dan tujuan yang ingin dicapai serta berdasarkan kepada motivasi, khalayak melakukan pilihan terhadap media berdasarkan motivasi, tujuan dan kebutuhan personal lainnya.

#### **Khalayak bebas memilih media**

Pada prinsipnya, khalayak secara bebas menyeleksi media dan program-programnya yang terbaik agar bisa mereka gunakan untuk memuaskan kebutuhannya. Produser media mungkin tak menyadari penggunaan oleh khalayak yang menjadi sasaran program, dan anggota khalayak yang berbeda mungkin memanfaatkan program yang sama untuk memuaskan kebutuhan yang berbeda. Khalayak mengambil inisiatif dalam penggunaan media. Kita memilih untuk menonton acara berita yang ada di televisi jika sedang membutuhkan informasi begitu juga sebaliknya, kita akan memilih tayangan komedi apabila membutuhkan hiburan.

#### **Media bukan satu-satunya sumber pemuas**

Media bukanlah satu-satunya sarana yang dapat memuaskan kebutuhan khalayak. Media bersaing dengan bentuk-bentuk komunikasi lainnya dalam hal pilihan, kegunaan dan perhatian untuk memuaskan kebutuhan konsumen. Khalayak dapat memuaskan kebutuhannya tanpa media semisal pergi berlibur, olahraga, menari, memancing dan sebagainya.

#### **Tujuan pemilih media massa disimpulkan dari data yang diberikan anggota khalayak atau audiens.**

Individu dianggap cukup paham untuk melaporkan kepentingan dan motif pada situasi-situasi tertentu. Audiensi melakukan pilihan secara sadar mengenai penggunaan media yang digunakannya. Riset awal terhadap teori uses and gratifications adalah dengan mewawancarai responden untuk menanyakan mengapa ia mengonsumsi media tertentu dan secara langsung melakukan observasi terhadap reaksi responden selama wawancara berlangsung. Namun dengan seiring berkembangnya teori ini, pendekatan kualitatif tersebut ditinggalkan dan beralih menggunakan pendekatan kuantitatif.

#### **Pencegahan Signifikansi nilai Kultural**

Pertimbangan nilai tentang signifikansi kultural dari media massa harus dicegah. Program atau muatan media harus bersifat global karena akan ditangkap oleh khalayak yang beragam dari kultur yang beragam pula.

### D. Kesimpulan

Penggunaan OSINT dalam pemberitaan kasus kejahatan dapat membantu wartawan mengungkapkan informasi secara lebih mendetail. Hal ini dapat dilakukan wartawan dengan melakukan analisis mandiri melalui sumber terbuka dari mana saja, semisal menganalisis TKP melalui rekaman CCTV yang tersebar di sosial media, atau mencari tau latar belakang seorang pelaku melalui proses profiling media sosial si pelaku kejahatan.

Informasi yang didapatkan melalui analisis mandiri menggunakan metode OSINT sejatinya tidak melanggar hukum, namun jika dikaitkan dengan disiplin keilmuan jurnalistik maka wartawan wajib memvaliditas informasi yang didapatnya.

Dalam hal ini banyak hal yang dapat dilakukan wartawan untuk memverifikasi informasi hasil analisis menggunakan metode OSINT, salah satunya dengan menggunakan *tools* yang berkaitan dengan informasi temuannya. Contohnya jika wartawan menemukan sosial media dari pelaku kejahatan melalui tahapan profiling maka wartawan dapat mengecek temuannya menggunakan tool yang dinamakan mxview. Selama praktik OSINT ini digunakan secara profesional, etis, dan bertanggung jawab maka informasi yang ditemukan dapat dipergunakan sebagai data tambahan ataupun data utama dari sebuah berita.

Dengan bertambahnya informasi yang diperoleh, secara tidak langsung mengantarkan seorang wartawan membuat karya dengan proses narasi yang lebih kaya. Hal ini tentu menjadi nilai lebih bagi berbagai pihak, baik pembaca ataupun media itu sendiri. Selain itu, interaksi yang terjadi pada laman web pun menjadi semakin interaktif dikarenakan audiens atau pembaca bisa berinteraksi dengan tautan online yang dapat mereka akses.

Secara keseluruhan, penerapan OSINT di portal media online dapat meningkatkan kepuasan pembaca dalam memperoleh informasi sehingga media online dapat meningkatkan layanan terhadap pembacanya. Selain itu penerapan osint pada karya jurnalistik juga mampu menarik jumlah pembaca meski proses pengerjaannya membutuhkan keahlian lebih dan mungkin juga tim khusus. Namun bisa dikatakan, hal ini merupakan bentuk investasi yang baik bagi pihak media, terutama saat ini masih sedikit media online di Indonesia yang menggunakan penerapan ini.

#### Daftar Pustaka

- [1] Dewan Pers Indonesia (2018) Media dan Praktik Abal - abal. Jurnal Dewan Pers
- [2] Purnama, Finsensius Yuli, and Adven Sarbani. 2023. "Tular Nalar: Upaya Melahirkan Lingkaran Epistemik Literasi Digital." *Jurnal Riset Jurnalistik Dan Media Digital* 3(1):49–52
- [3] Haiyang Liu. 2017 Study on Application of Open Source Intelligence From Social Media in the Military
- [4] Colquhoun, Cameron. 2016. "A Brief History of Open Source Intelligence" dalam [www.bellingcat.com](http://www.bellingcat.com).
- [5] Kominfo. 2012. Open Source Hemat Anggaran pemerintah Puluhan Miliar Rupiah. [https://www.kominfo.go.id/content/detail/1770/open-source-hemat-anggaran-pemerintah-puluhan-miliar-rupiah/0/sorotan\\_media](https://www.kominfo.go.id/content/detail/1770/open-source-hemat-anggaran-pemerintah-puluhan-miliar-rupiah/0/sorotan_media)
- [6] Kominfo. 2012. Penggunaan "Open Source" Masih Rendah. [https://www.kominfo.go.id/content/detail/1970/penggunaan-open-source-masih-rendah/0/sorotan\\_media](https://www.kominfo.go.id/content/detail/1970/penggunaan-open-source-masih-rendah/0/sorotan_media)
- [7] Santana, Septiawan. 2017. *Jurnalisme Kontemporer*, Edisi Kedua. Jakarta: Yayasan Pustaka Obor Indonesia.
- [8] National System for Geospatial Intelligence (2004) FM 2-0 Intelligence
- [9] Reuters Institute. 2022. Digital News Report. [https://reutersinstitute.politics.ox.ac.uk/sites/default/files/2022-06/Digital\\_News-Report\\_2022.pdf](https://reutersinstitute.politics.ox.ac.uk/sites/default/files/2022-06/Digital_News-Report_2022.pdf)
- [10] Jilan Dwina Suryaputri, and Ratri Rizki. 2022. "Fenomena Jurnalisme TikTok Di Media Baru." *Jurnal Riset Jurnalistik Dan Media Digital* 1(2):115–26. doi: 10.29313/jrjmd.v1i2.492.
- [11] Nurudin, N. (2007). *Pengantar Komunikasi Massa*. RajaGrafindo Persada.
- [12] Kusumaningrat, Hikmat dan Purnama Kusumaningrat. 2006. *JURNALISTIK Teori dan Praktik*. Bandung: PT. Remaja Rosdakarya Offset.
- [13] Herman & Harun. 2018. *Jurnalistik Praktis*. Aceh: Syiah Kuala University Press.
- [14] Kusumaningrat, Hikmat & Purnama Kusumaningrat. 2007. *Jurnalistik: Teori & Praktik*.

- Bandung: Remaja Rosdakarya.
- [15] Romli, Asep Syamsul M. (2018). *Jurnalistik online: Panduan mengelola media online*. Nuansa Cendekia.-
- [16] Azwar. 2018. *4 Pilar Jurnalistik*. Jakarta: PRANAMEDIA GROUP.
- [17] Dewan Pers Indonesia (online). 2012. <https://dewanpers.or.id/kebijakan/pedoman>
- [18] Sugiyanto. 2020. *Pengantar Jurnalisme Koonvergentif: Menjawab Tren Industri Media Digital*. Yogyakarta: Pustaka Baru Press
- [19] Bazzell, Michael. 2019. *Open Source Intelligence Techniques: Resources for Searching and Analyzing Online Information*.
- [20] Muhamamd Falah Ramadhan, and Askurifai Askurifai. 2021. “Komunikasi Publik Supporter Bali United Melalui Media Live Streaming Youtube Pada Konser Tribun Voice.” *Jurnal Riset Jurnalistik Dan Media Digital* 1(2):79–83. doi: 10.29313/jrjmd.v1i2.425.
- [21] National Geospatial-Intelligence Agency. 2006. National Research Council yang berjudul *Priorities for GEOINT Research at the National Geospatial-Intelligence Agency*
- [22] NATIONAL SYSTEM FOR GEOSPATIAL INTELLIGENCE. 2018. *Geospatial Intelligence (GEOINT) Basic Doctrine*
- [23] Hassan Nihad.A dan Hijazi R. 2018. *Open Source Intelligence Methods and Tools A Practical Guide to Online*
- [24] Kusumaningrat, Hikmat dan Purnama Kusumaningrat. 2012. *Jurnalistik : teori dan praktik*.Bandung: PT Remaja Rosdakarya
- [25] Sugiyono. 2014. *Metode Penelitian Pendidikan Pendekatan Kuantitatif,Kualitatif, dan R&D*. Bandung: Alfabeta. Ardianto, Elvinaro, dkk. *Komunikasi Massa*. Bandung: Simbiosis Rekatama Media, Cet. 3, 2014.
- [26] Yin, Robert K. 2015. *Studi Kasus: Desain & Metode*. Penerjemah: M. Duazi Mudzakir. Depok: PT Rajagrafindo Persada.
- [27] Arikunto, S. 2016. *Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktik*. Jakarta: Rineka Cipta.
- [28] Patilima, Hamid. 2013. *Metode Penelitian Kualitatif*. Bandung: Alfabeta
- [29] Creswell, John W. 2010. *Research Design : Pendekatan Kualitatif,Kuantitatif, dan Mixed*.Yogyakarta: Pustaka Pelajar
- [30] Sugiyono. 2010. *Metode Penelitian Pendidikan Pendekatan Kuantitatif, kualitatif,dan R&D*. Bandung: Alfabeta
- [31] Pawito. (2007). *Penelitian Komunikasi Kualitatif*. Yogyakarta: Pelangi Aksara Yogyakarta.