

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Perkembangan teknologi memegang pengaruh besar untuk perkembangan industri media. Jurnalisme juga mengalami transformasi mendasar sejak munculnya Penny Press di pertengahan abad ke-19 (Wahjuwibowo,2015). Salah satu penyebab transformasi jurnalisme adalah kehadiran internet. Seiring berjalannya waktu, kecanggihan teknologi membuat perubahan masyarakat dalam mengonsumsi informasi dimana media konvensional bertransformasi ke media baru yaitu media *online*.

Media *online* merupakan salah satu media *mainstream* untuk mendapatkan sebuah informasi. Media *online* memiliki beberapa kelebihan daripada media lainnya salah satunya bisa diakses melalui internet oleh siapa saja, kapanpun, dan di mana saja (Romli, 2012). Selain itu, keunggulan lainnya dimana informasinya yang bersifat secara nyata, terkini, serta praktis. Media *online* bisa mempraktikkan pembaharuan informasi secara cepat dari waktu ke waktu dan juga dapat menyajikan informasi secara langsung saat terdapat kejadian (Romli, 2012).

Media *online* di Indonesia pertama kali diawali tahun 1994-1997 oleh media Republika Online (www.republika.co.id), lalu tempointeraktif.com (menjadi www.tempo.com), Waspada Online (www.waspada.co.id), serta Kompas Online (www.kompas.com). Detik (www.detik.com) kemudian memelopori media *online* yang berdiri sendiri tanpa adanya media cetak sebelumnya. Setelah berlalunya

satu dekade, internet hadir untuk membuka ruang interaksi antarpembaca melalui media sosial yaitu Instagram, Facebook, Youtube, Twitter, dan aplikasi pesan yaitu BBM, WhatsApp, dan Line (Nasrullah, 2017).

Arus pertukaran informasi di masyarakat menjadi berubah karena kehadiran media sosial. Tren mengonsumsi berita yang sebelumnya dari berita *online*, kini menjadi bergeser ke media sosial (Larasati, 2018). Meningkatnya perilaku mengonsumsi berita melalui media sosial juga terjadi di Indonesia menurut survei Litbang Kompas di DKI Jakarta tahun 2016. Ditemukan warga yang mengakses berita melalui media sosial sebesar 44,4 persen dan berita yang diakses melalui media *online* sebesar 31,7 persen (Jajak Pendapat seperti dikutip dalam Larasati, 2018). Selain itu, survei dari Maverick Indonesia yang berjudul *Where Gen Y and Z Get Their News Form* menjelaskan bahwa sebagian besar generasi Y dan Z akan mengakses berita melalui *smartphone* dan media sosial dengan hasil survei sebanyak 81% (Meodia, 2020). Media sosial mempunyai pengaruh bagi media massa saat memproduksi konten berita karena munculnya konsumsi informasi di media sosial dan jurnalis wajib beradaptasi supaya selalu diminati oleh masyarakat (Li dkk., 2015).

Abad ke-21 menjadi titik perubahan oleh organisasi berita dalam memaksimalkan kinerja media *online*. Beda halnya dengan jurnalis konvensional, praktik seorang jurnalis media *online* jauh lebih dinamis. Media *online* lebih mengutamakan aktualitas daripada akurasi begitu sebaliknya. Senjata utama media *online* yaitu kecepatan dan juga aktualitas (Ode, 2014). Khalayak tidak harus menunggu lama untuk memperoleh berita paling baru seperti di media

konvensional, cukup dengan komputer dan internet informasi dapat diakses secara cepat.

Melintasi era digital juga membuka beragam saluran informasi salah satunya berita yang bersumber media sosial. Semakin masifnya penggunaan media sosial, masyarakat semakin mudah dalam mengunggah informasi. Kehadiran media sosial memberikan kebebasan bagi pengguna untuk mengekspresikan diri melalui konten-konten yang menarik. Semakin bagus konten tersebut, semakin tinggi potensi konten akan tersebar dan diunggah ulang. Hal ini bisa dikatakan bahwa media sosial menyajikan informasi yang “siap saji” dikarenakan masyarakat setiap saat muncul informasi baru yang diunggah dan dikomentari oleh pengguna lainnya (Fotaleno dkk., 2021).

Berbagai macam konten yang menarik di media sosial menjadi fenomena viral dan menariknya konten tersebut menjadi kesempatan untuk jurnalis dalam mengeksplorasi konten sebagai sumber berita. Mengutip konten media sosial ke pemberitaan merupakan suatu fenomena kontemporer jurnalisme yang terjadi termasuk di Indonesia (Widiastuti, 2019). Hal ini memunculkan *collaborating report* dimana jurnalis tetap mencari, menulis, dan membuat pemberitaan tetapi tidak lagi “turun lapangan” untuk mencari berita-berita yang aktual (Fotaleno dkk., 2021). Jurnalis cenderung sekadar mencari dan membuat berita dengan informasi dari media sosial yang sedang viral.

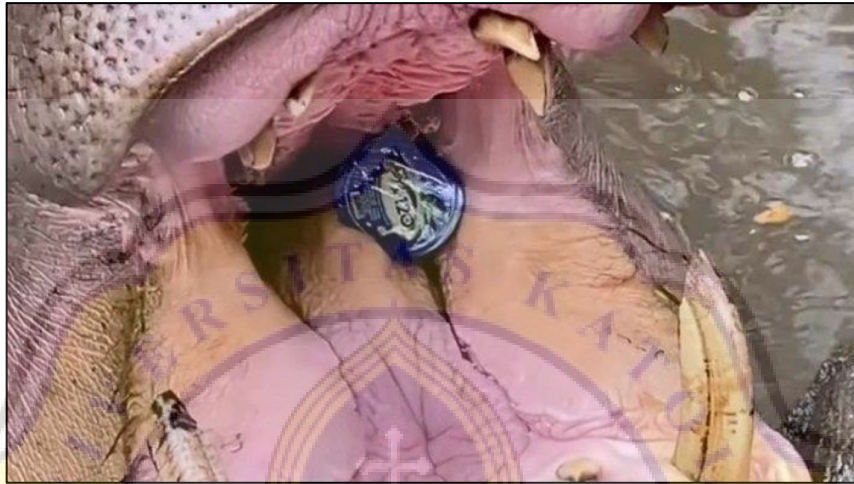
Collaborating report disebut juga sebagai liputan kolaborasi. Dalam diskusi bertajuk “Bagaimana Meningkatkan Kolaborasi Pengguna Media Sosial untuk Kepentingan Nasional?” terungkap bahwa kolaborasi antara jurnalis dan

pengguna media sosial sudah lama terjadi (Illahi, 2016). Pengguna media sosial mempunyai kontribusi besar dalam *collaborating report* dimana unggahan dan komentar warganet menjadi bentuk baru dalam pemodelan jurnalisme *online*. Data yang sudah didapatkan melalui unggahan tersebut ditransformasikan menjadi berita baru yang siap diviralkan dengan aktual. Jurnalis terbantu dengan adanya berbagai informasi di media sosial sehingga memberi ruang bagi jurnalis melakukan pengembangan berita.

Terlebih pada masa pandemi Covid-19 dimana kita terbatas dalam ruang gerak, jurnalis media *online* harus mengoptimalkan media sosial sebagai sumber berita. Masyarakat sebagian besar lebih intens mengakses media sosial sebagai sarana hiburan dan menunjang produktivitas untuk membuat konten atau dikenal dengan sebutan *user-generated content* (UGC). UGC adalah perilaku pengguna yang mempublikasikan konten (teks, foto, video) yang disebarluaskan melalui media digital. Menurut Naab dan Sehls (2016), UGC bersifat kontribusi pribadi, harus dipublikasi, dan diciptakan di luar ranah praktik jurnalis profesional.

Selain melalui UGC, konten juga dapat didapatkan dari *citizen journalism*. *Citizen journalism* merupakan bagian dari masyarakat yang menjadi jurnalis partisipatif dengan melaporkan informasi di tempat kejadian secara spontan, seperti bencana alam, bentrok, hingga terorisme (Rastiya dkk., 2018). Lebih lanjut, jurnalisme warga merupakan aktivitas dimana masyarakat sebagai partisipasi aktif dalam melaporkan, menganalisis, mengoleksi, dan menyebarluaskan informasi (Wibawa, 2020). Namun, biasanya informasi yang dibagikan cenderung kurang lengkap karena *citizen journalism* bukan jurnalis

profesional. Lahirnya UGC dan *citizen journalism* inilah yang membuat informasi semakin mudah didapatkan.



Gambar 1.1 Contoh Konten Buatan Pengguna

Sumber: Tribunjateng.com / (Manaf, 2021)

Salah satu contoh dari praktik *user-generated content* (UGC) adalah kasus pengunjung Taman Safari Indonesia Cisarua yang melemparkan botol plastik ke mulut kuda nil. Kejadian ini direkam dan diunggah oleh Cyntia Ayu yang pada saat itu melintasi area kuda nil.

“Jadi kemaren mobilku pas banget di belakang mobil dia. Kuda nilnya memang lagi leyeh-leyeh di pinggir. Dari dalam mobil itu memang ada tangan yang keluar dan ngayun-ngayunkan sampah plastik supaya kuda nilnya mngap. Pas mangap eh dilemparnya lah sampah plastik ke dalam mulutnya (kuda nil). Kami di belakang sudah membunyikan klakson ngasih tanda. Kami langsung melaporkan ke pihak petugas Safari,” ungkap Cyntia dalam narasinya.

Rekaman tersebut diunggah melalui *Instagram stories* dan menandai akun media sosial milik Taman Safari Indonesia agar secepatnya bisa ditindaklanjuti. Kejadian ini akhirnya menjadi viral karena khalayak saling membagikan unggahan dari Cyntia Ayu ke berbagai media sosial. Pihak kebun binatang

akhirnya menanggapi informasi viral ini dengan menjelaskan kondisi kuda nil yang diberi makan sampah plastik telah memuntahkannya dan menjalani pemeriksaan medis. Contoh ini memberikan gambaran bahwa kehadiran UGC membantu jurnalis dalam membingkai peristiwa yang terjadi di daerah lokal dan di luar *breaking news* yang dimanfaatkan untuk memperoleh data informasi sebagai bahan berita (Adornato dalam Larasati, 2018).

Mencari sumber berita melalui media sosial menjadi tren di kalangan jurnalis *online*. Hal ini diperkuat dari penelitian Dewan Pers yang menyatakan bahwa tahun 2012, 76% jurnalis di Indonesia menjadikan informasi di media sosial untuk menunjang pekerjaannya (Lubis, 2012). Selain itu, media sosial membantu jurnalis dalam mengumpulkan berbagai data berita, kemudian menarik minat khalayak, dan juga sebagai *platform* untuk konten (Larasati, 2018). Taktik tersebut dibutuhkan seorang jurnalis dalam mengejar kecepatan dan dapat berbahaya karena jurnalis mulai bergantung pada sumber sekunder (Imadudin, 2018). Praktik UGC akhirnya mengaburkan antara identitas personal dengan identitas profesional sehingga menjebak jurnalis saat mengumpulkan informasi dari pengguna. Hal tersebut akan menjadikan media profesional menjadi tidak terkontrol arah dan tujuannya dikarenakan pergeseran nilai berita (Lu & Zou, 2016).

Media *online* juga mempunyai sisi negatif dimana berita terlalu aktual bisa mengakibatkan data yang kurang akurat hingga belum adanya verifikasi terhadap berita tersebut (Ode, 2014). Sedangkan akurasi dalam pemberitaan merupakan citra dari media massa di mata pembaca setianya. Jurnalis *online* mengasumsikan

kecepatan berita adalah hal yang terpenting dalam media *online*. Namun disayangkan bahwa kecepatan membuat jurnalis mengabaikan kualitas dan kredibilitas isi berita sebagai produk jurnalistik (Ode, 2014).

Media *online* yang mementingkan kecepatan informasi pada berita terkadang melakukan kekeliruan dalam penulisan. Hal ini berpengaruh dalam kualitas berita sehingga tidak memberikan informasi yang baik dalam pemenuhan kebutuhan masyarakat. Jika terjadi kesalahan pada berita, maka pemaknaan isi berita menjadi berubah dan berita menjadi tidak akurat.



Gambar 1.2 Contoh Berita Ralat
Sumber : www.kompas.tv / (Dirhantoro, 2020)

Seperti contoh di atas, redaksi Kompas.tv memberikan pernyataan bahwa terjadi kesalahan informasi sehingga pemaknaan isi berita menjadi berubah. Hal ini mengharuskan Kompas.tv untuk melakukan ralat berita.

“Berita ini sebelumnya tayang dengan judul “Densus 88 Tangkap 4 Terduga Teroris, Berprofesi Pengusaha, Pegawai Leasing, Hingga Pedagang”. Bahwa ada kesalahan informasi yang diterima wartawan kami. Rilis polisi hanya menyebut kelompok Adira, bukan Adira Leasing. Redaksi Kompas.tv memohon maaf atas kesalahan penulisan berita tersebut”.

Permintaan maaf tersebut ditulis dalam catatan redaksi dibawah berita yang sudah diralat dan dinyatakan secara terbuka. Melihat hal ini, media *online* terkadang bisa melakukan kesalahan penulisan yang menyebabkan informasi menjadi tidak utuh dan pemaknaan bisa keliru. Selain itu, pembaca juga secara tidak langsung harus membaca dua kali.

Kehadiran media sosial menjadi bagian sentral kehidupan masyarakat sekarang ini. Pengguna mengekspresikan semuanya melalui tangkapan digital, namun belum mengetahui risiko dan konsekuensinya. Dalam praktik kerja, jurnalis terjebak dalam keterlibatan pengguna di media sosial. Asumsi khalayak berupa komentar bisa dibuat sebagai sumber berita walaupun warganet sebagai akun anonim sehingga kredibilitas tidak didahulukan saat produksi berita (Winarni & Lestari, 2019). Jurnalis membutuhkan ketelitian dalam melihat konten visual yang bersumber dari UGC atau *citizen journalism* dari proses modifikasi pengguna lain. Maka dari itu, jurnalis harus bisa membatasi ruang profesional di media sosial untuk menjaga kepercayaan khalayak (Ode, 2014).

Untuk menginvestigasi kajian praktik jurnalisme seperti ini, peneliti memilih Tribunjateng.com sebagai media yang akan diteliti. Media *online* lokal memiliki karakter yang berbeda dengan media *online* nasional dimana media *online* lokal berfokus pada isu-isu yang terdapat di wilayah/daerah. Berdasarkan dari data Dewan Pers tahun 2020, Tribunjateng.com menjadi salah satu perusahaan pers yang terverifikasi administrasi dan terverifikasi faktual. Tribunjateng.com merupakan portal berita *online* di wilayah Jawa Tengah dan termasuk dalam grup Tribun Network atau Tribunnews.com. Hal ini

memungkinkan adanya kolaborasi antara Tribunnews.com dan Tribunjateng.com dalam memproduksi berita di masing-masing portal berita *online*. Alasan lainnya, Tribunjateng.com memiliki topik “Berita Viral” di mana berisi berita-berita tentang informasi viral salah satunya bersumber dari media sosial.

Hasil pra penelitian dari peneliti mengenai berita viral di empat media online lokal di Semarang yaitu Tribunjateng.com, Suaramerdeka.com, Sigijateng.id, dan Ayosemarang.com memperkuat peneliti dalam memilih media yang akan diteliti. Dari tanggal 25 Februari – 5 Maret 2022 Tribunjateng.com memiliki berita dengan informasi viral terbanyak dari media *online* lokal lainnya yaitu sebanyak 31 berita. diikuti Ayosemarang.com (14 berita), Suaramerdeka.com (14 berita), dan Sigijateng.id (2 berita). Sehingga peneliti meyakini bahwa jurnalis sering menjangkau informasi-informasi viral di media sosial untuk dikembangkan dan dipublikasikan ke dalam portal berita Tribunjateng.com.

Dengan kondisi semacam ini, dimana hanya sekadar menyebarkan atau mengulas informasi-informasi viral di media sosial, permasalahan yang akan diteliti adalah bagaimana kecenderungan jurnalis media berita *online* dalam mencari dan memberitakan berita viral di media sosial. Hal ini kemudian bisa memperlihatkan bagaimana jurnalis tetap mengambil peran sebagai *gatekeeper* atau hanya sebagai penyebar luas berita.

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang yang sudah dijabarkan, maka rumusan masalah pada penelitian ini adalah bagaimana praktik *collaborating report* dengan

penggunaan unggahan viral/komentar warganet di media sosial sebagai sumber berita di media *online* Tribunjateng.com?

1.3 Tujuan Penelitian

Penelitian ini dilakukan untuk menjelaskan praktik *collaborating report* media *online* dengan penggunaan unggahan viral/komentar di media sosial sebagai sumber berita.

1.4 Manfaat Penelitian

1.4.1 Manfaat Teoretis

Penelitian ini diharapkan bermanfaat untuk mengembangkan dan menambah wawasan baru bagi jurusan Ilmu Komunikasi khususnya peminatan jurnalisme & industri media tentang praktik *collaborating report* dengan media sosial sebagai sumber berita.

1.4.2 Secara Praktis

Penelitian ini diharapkan dapat memecahkan masalah dan menjadi acuan evaluasi terkait penelitian, yaitu praktik *collaborating report* dengan media sosial sebagai sumber berita. Aktivitas jurnalistik seperti mencari, mengolah hingga menyebarluaskan berita yang bersumber dari media sosial sebagai bentuk jurnalisme *online* baru.

1.5 Lokasi dan Tatakala Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah dan tujuan penelitian yang dijabarkan, Lokasi penelitian ini yaitu media *online* lokal Tribunjateng.com yang beralamat di Jl. Menteri Supeno No. 30, Mugassari, Kec. Semarang Selatan, Kota Semarang.

Waktu penelitian dimulai sejak tanggal 1-31 Juli 2022. Berikut ini merupakan tabel tatakala penelitian sebagai tolak ukur pengerjaan penelitian ini:

Tabel 1.1 Tatakala Penelitian

No	Kegiatan	2022				
		Jun	Jul	Agu	Sep	Okt
1.	Sidang Proposal					
2.	Penelitian					
3.	Bab IV & Bab V					
4.	Sidang Akhir					

1.6 Sistematika Penulisan Laporan Tugas Akhir

Laporan tugas akhir ini terdiri dari 5 bab dengan rincian sebagai berikut:

BAB I PENDAHULUAN

BAB I berisi tentang latar belakang penelitian ini yaitu praktik *collaborating report* dengan media sosial sebagai sumber berita. Selain itu juga terdapat rumusan masalah, tujuan, hingga manfaat yang dihasilkan dalam penelitian ini.

BAB II TINJAUAN PUSTAKA

BAB II berisi penelitian terdahulu sebagai patokan dalam penelitian ini serta landasan teori yang bersangkutan, berkaitan, dan relevan dengan masalah yang sudah dirumuskan. Teori-teori komunikasi dalam bab ini digunakan untuk menyelesaikan analisis dalam rumusan masalah.

BAB III METODOLOGI PENELITIAN

BAB III berisi mengenai rancangan penelitian seperti metode riset, jenis dan sumber data, teknik pengumpulan dan pencatatan data, serta teknik analisis dan interpretasi data.

BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN

BAB IV berisi hasil data-data yang sudah didapatkan dari penelitian. Hasil tersebut kemudian dianalisis dengan membandingkan hasil yang diperoleh dengan data pengetahuan.

BAB V KESIMPULAN DAN SARAN

BAB V berisi kesimpulan dari penelitian yang sudah dibahas. Serta saran yang ditujukan berdasarkan pengalaman di lapangan dan bisa berupa perluasan, pengembangan, hingga perbaikan dari penelitian selanjutnya.

