



Hak cipta dan penggunaan kembali:

Lisensi ini mengizinkan setiap orang untuk mengubah, memperbaiki, dan membuat ciptaan turunan bukan untuk kepentingan komersial, selama anda mencantumkan nama penulis dan melisensikan ciptaan turunan dengan syarat yang serupa dengan ciptaan asli.

Copyright and reuse:

This license lets you remix, tweak, and build upon work non-commercially, as long as you credit the origin creator and license it on your new creations under the identical terms.

BAB II

KERANGKA TEORI/ KERANGKA KONSEP

2.1 Penelitian Terdahulu

Peneliti memiliki dua penelitian terdahulu yang dijadikan referensi untuk menjalankan penelitian ini. Penelitian terdahulu yang pertama adalah artikel yang berjudul “*Discussions in the Comments Section: Factors Influencing Participation and Interactivity in Online Newspaper’ Reader Comments*” yang ditulis oleh Patrick Weber.

Dalam penelitian ini Weber melakukan penelitian mengenai artikel berita yang mempengaruhi tingkat partisipasi dan interaktivitas di fitur kolom komentar. Media online seperti situs berita merupakan forum yang sangat penting dalam ruang publik karena memiliki kemampuan untuk mengkomunikasikan berita kepada audiens dan memfasilitasi pembentukan opini.

Dengan fitur kolom komentar yang tersedia pada media online, Weber menganalisis topik yang disampaikan bisa mempengaruhi partisipasi dan interaktivitas dari *user comments*. Dengan adanya penelitian ini mereka mampu mengetahui seberapa besar partisipasi dan interaktivitas yang terjadi pada khalayak dan media, hal ini juga dilihat dari konten apa yang di publikasi

Penelitian kedua yang menjadi bahan acuan penulis adalah, penelitian yang disusun oleh Thomas B Ksiazek, Limor Peer, Kevin Lessard dengan judul artikel “*User engagement with online news: Conceptualizing interactivity and exploring the relationship between online news videos and user comments*”. Dalam artikel ini peneliti membahas mengenai berita yang dikemas melalui video dan diunggah di media *social* yaitu *Youtube*, mereka menggunakan kolom komentar untuk melihat hubungan terhadap *audience* dan konten berita yang di publikasi. Penelitian ini membahas

mengenai berita yang dikemas melalui video dan di unggah. Dilihat dari hasil penelitiannya, jika kolom komentar terisi adalah ujaran kebaikan, maka dapat dipastikan konten yang disampaikan pun baik dan memiliki nilai ketertarikan yang tinggi untuk *audience*

Dilihat dari hasil penelitiannya adalah, jika kolom komentar yang terisi adalah ujaran kebaikan, maka dapat dipastikan konten yang disampaikan memiliki kualitas jurnalistik yang baik dan memiliki nilai ketertarikan yang tinggi untuk *audience*. Penelitian ini menggunakan teknik analisis *sampling and data collection* dengan menggunakan konsep *user engagement*.

Persamaan dari kedua penelitian tersebut dengan penelitian penulis adalah sama-sama meneliti mengenai *user comment* dan interaktivitas kolom komentar. Pada penelitian pertama masalah penelitian yang dipaparkan menjadi salah satu bahan acuan penulis. Kemudian, pada penelitian kedua, konsep yang digunakan menjadi bahan acuan peneliti yaitu *user engagement*, peneliti mulai menelaah *user* atau khalayak yang diterapkan oleh detikcom. Relevansinya dengan penelitian penulis adalah penulis juga menggunakan dasar yang sama, yaitu fitur kolom komentar. Penulis akan menganalisis komentar-komentar yang *audience* tulis dalam kolom komentar media detikcom.

Inovasi dari penelitian terdahulu yang pertama ini adalah dengan adanya fitur kolom komentar yang tersedia, peneliti dapat memahami bahwa konten berita sangat mempengaruhi partisipasi dan interaktivitas *user comments* di kolom komentar. Kemudian, inovasi dari penelitian kedua dapat dilihat bahwa semakin banyak komentar yang tertera dalam suatu berita atau suatu konten, maka dapat dipastikan berita tersebut memang memiliki nilai ketertarikan yang cukup tinggi.

Perbedaan dari kedua penelitian terdahulu dengan penelitian penulis yaitu objek penelitiannya. Pada penelitian pertama objek penelitian yang diteliti adalah media *welt.de*, *FOCUS online*, dan *sueddeutsche.de* sedangkan pada penelitian kedua, objek

penelitiannya adalah media sosial yaitu *youtube*. Teknik pengumpulan data yang digunakan pada kedua penelitian tersebut berbeda dengan teknik pengumpulan data yang penulis gunakan. Penulis menggunakan teknik pengumpulan data dengan menggunakan wawancara.

Tabel 2.1 Penelitian Terdahulu

Unsur yang Dibandingkan	Penelitian I (Jurnal) Tahun 2018	Penelitian II (Jurnal) Tahun 2016	Penelitian III (Skripsi) Tahun 2019
	Patrick Weber	Thomas B Ksiazek, Limor Peer, Kevin Lessard	Annissa Widya Davita Universitas Multimedia Nusantara
Judul Penelitian	<i>Discussions in the Comments Section: Factors Influencing Participation and Interactivity in Online Newspaper' Reader Comments</i>	<i>User engagement with online news: Conceptualizing interactivity and exploring the relationship between online news videos and user comments</i>	<i>User Comments Dalam Jurnalisme Digital : Pengelolaan Dan Interaktivitas Kolom Komentar Di Kanal Detikhealth Berita Vaksin Mr Periode Agustus 2018</i>
Tujuan Penelitian	Membahas bagaimana konten berita dapat mempengaruhi tingkat partisipasi dan interaktivitas di kolom komentar	Penelitian ini membuktikan bahwa banyaknya komentar mempengaruhi kualitas berita	Peneliti ingin mengetahui pengelolaan dan interaktivitas kolom komentar di kanal <i>detikhealth</i> .

<p>Rumusan Masalah</p>	<ol style="list-style-type: none"> 1. Bagaimana mengetahui adanya partisipasi pengguna? 2. Bagaimana partisipasi di situs web berita? 3. Bagaimana pengelolaan komentar yang dihasilkan untuk strategi manajemen? 	<ol style="list-style-type: none"> 1. Penelitian ini bertujuan untuk memeriksa dua jenis keterlibatan interaktif (pengguna konten) 2. Mengeksplorasi hubungan antara interaktivitas dan karakteristik dari sebuah konten jurnalistik 	<p>Untuk mengetahui pengelolaan dan interaktivitas kolom komentar terkait produksi berita kesehatan Vaksin MR di kanal <i>detikhealth</i> menggunakan konsep yang diperkenalkan oleh Kziazek dan Springer</p>
<p>Metode Penelitian</p>	<p><i>Content analysis</i> kuantitatif</p>	<p><i>Analysis</i> dan kuantitatif</p>	<p>Studi Kasus dan Kualitatif</p>
<p>Teori/ Konsep</p>	<p><i>Newsworthiness Theory</i></p>	<p><i>User Engagement</i></p>	<ul style="list-style-type: none"> - <i>Digital Journalism</i> - <i>User Comments in Journalism</i> - <i>Profiling Comments</i> - <i>Organizational Perspectives and Commenting Policies Oranizat</i>

			- <i>Commenting Effects</i>
Hasil Penelitian	Semakin banyak acara berita yang berfokus pada pemberitaan dalam Negeri, semakin banyak pembaca yang mengomentari. Faktor berita dihipotesiskan mempengaruhi jumlah partisipasi dan interaktivitas, maka dari itu penelitian ini menemukan bahwa faktor-faktor berita berkontribusi untuk menjadi cerminan jumlah pembaca atau setidaknya menjelaskan jumlah rata-rata komentar yang	Ada korelasi yang cukup kuat antara jumlah komentar dengan konten yang dipublikasi. Paparan komentar positif memungkinkan adanya hubungan positif antara interaksi pengguna konten. Kemudian, jika video tersebut kurang populer maka akan lebih sedikit menghasilkan percakapan di antara pengguna. Penelitian ini juga menganalisis apa yang disampaikan khalayak dalam kolom komentar dan isi komentar tersebut bisa berkontribusi	Dari hasil penelitian ini, pengelolaan kolom komentar di <i>detikhealth</i> terkait isu Vaksin MR cukup mengacu dengan konsep <i>User Comments</i> , dilihat dari adanya partisipasi khalayak dalam berkomentar, serta adanya kebijakan yang dimiliki <i>detikcom</i> yang diterapkan untuk <i>user</i> dan menimbulkan efek komentar untuk <i>user</i> , karena <i>user</i> bisa memaknai berita Vaksin MR baik secara kontra, pro maupun netral.

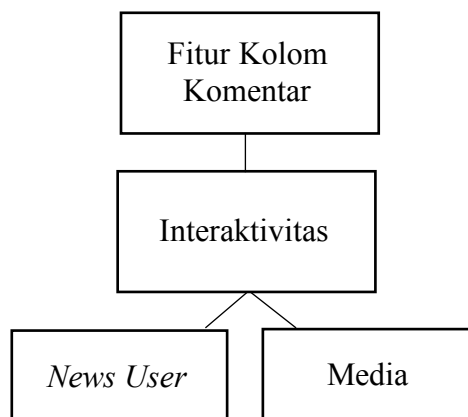
	diposting oleh komentator.	untuk konten berita dan menjawab pertanyaan berdasarkan komentar yang diajukan khalayak.	
--	----------------------------	--	--

2.2 Teori atau Konsep yang Digunakan

2.2.1 Jurnalisme Digital dan Pengguna Berita (*Digital Journalism and News User*)

Menurut Vos dan Ferucci (2019, p. 40) perubahan identitas jurnalisme tradisional kini menjadi jurnalis konvensional atau dengan kata lain jurnalis digital. Jurnalis digital berbeda dari jurnalis tradisional maupun para blogger. Mereka mampu menyamai keterampilan produksi, distribusi, dan interaksi digital dengan tetap berlandaskan peran sosial jurnalistik dari profesi berbasis kebenaran. Hal ini yang membedakan jurnalisme digital, sebagai generasi baru dengan berevolusi untuk bertahan di era teknologi.

Bagan 2.1 Interaktivitas *News User* dan Media



Sumber : (Franklin dan Eldridge, 2019)

Interaksi yang terjadi pada jurnalisme digital ini melibatkan media dan *user* sehingga yang terjadi adalah khalayak memiliki hak untuk berkomentar di kolom komentar yang tersedia, kemudian komentar di kelola oleh media yang nantinya bisa menjadi salah satu ide topik untuk produksi berita selanjutnya. Menurut Picone (dalam Franklin dan Eldridge, 2019, p. 144) dalam studi jurnalisme penulis menemukan bahwa pengguna media menjadi salah satu yang membentuk jurnalisme. Publik telah menjadi pusat berbagai penelitian ilmiah dalam ilmu sosial yang mempertimbangkan bagaimana orang memberi makna pada berita dalam studi jurnalisme. Media memiliki peran antara apa yang perlu diketahui oleh orang-orang dan apa yang ingin mereka ketahui, atau mengenai keterlibatan khalayak dalam berita dan proses produksi berita.

Berita sendiri selalu ada dan diperoleh secara mudah, begitu pula dengan *news users* atau pengguna berita. Istilah pengguna media atau khalayak lebih mudah dipahami dengan kapasitas mereka yang berbeda-beda, yaitu sebagai pengamat, pembaca, pendengar, komunikator, komentator, poster, atau khalayak yang menjadi medium penyebaran berita (Picone, 2019, p. 152).

Pengguna media membentuk peran media dalam masyarakat. Keuntungan sebagai pengguna media ada dua, pertama yaitu ‘produser’ yakni khalayak atau pengguna media menghasilkan suatu informasi. Kedua, pengguna media dapat terlibat dalam berbagai tindakan publikasi dan mereka akan menghasilkan informasi. Namun kembali lagi peran mereka tetap berbeda karena produser yang memproduksi berita tersebut adalah media (Picone, 2019, p. 147-148).

Konsep yang diperkenalkan Thomas B. Ksiazek dan Nina Springer mengenai *User Comments In Digital Journalism* membahas beberapa konsep mengenai *user comments*. Ada delapan konsep yang dipaparkan oleh Thomas dan Springer, dari delapan tersebut hanya tiga yang tepat terkait dengan topik penelitian peneliti, diantaranya adalah *Profiling Comments*, *Organizational Perspectives and Commenting Policies*, dan *Commenting Effects*.

2.2.2 Komentar Pengguna dalam Jurnalisme Digital (*User Comments In Digital Journalism*)

Menurut Springer dan Ksiazek (2019, p. 475) pengguna kolom komentar memiliki peran dari khalayak untuk berpartisipasi dalam proses produksi berita. Sebagian besar situs web menawarkan kesempatan bagi pengguna untuk mengomentari berita. Fitur kolom komentar memungkinkan khalayak untuk melakukan ‘pelaporan anotatif’ dengan memberikan komentar berupa sudut pandang, pengalaman, atau keahlian mereka dalam konteks artikel yang mereka komentari, dan juga memberikan informasi tambahan kepada pembaca lainnya untuk membentuk pemaknaan atau opini yang berpotensi dapat meningkatkan proses produksi berita. Hal ini telah ditinjau lebih lanjut mengenai tindakan berkomentar ialah, temuan mengenai komentar sebagai tindakan musyawarah publik.

2.2.2.1 Komentar Profil (*Profiling Comments*)

Menurut Springer dan Ksiazek (2019, p. 475) dengan membaca komentar secara acak pada berita, khalayak bisa dengan mudah mendapatkan kesan bahwa komentator sering menggunakan fitur kolom komentar hanya untuk melampiaskan kemarahan dan frustrasi mereka. Kontribusi yang dilakukan adalah untuk menjelaskan pengguna, baik aktif maupun pasif – reseptif dan juga motif untuk mendorong khalayak untuk membaca dan menulis komentar. Ada khalayak yang melayangkan komentar mereka seperti mengekspresikan kemarahan mereka, serta komentar lainnya dengan cara dan Bahasa yang kasar atau tidak sopan.

2.2.2.2 Perspektif Organisasi dan Kebijakan Keomentar (*Organizational Perspectives and Commenting Policies*)

Organisasi berita biasanya memiliki kebijakan khusus yang mengatur bagian fitur kolom komentar mereka. Hal ini dilakukan untuk mendorong dialog

khalayak dan produktifitas diantara pengguna (Domingo dalam Franklin dan Eldridge, 2019, p. 480). Kebijakan-kebijakan ini sering kali meliputi registrasi dari pengguna, melarang penggunaan nama anonim, filter kata-kata yang kurang baik dan melakukan moderasi yang lebih ketat, moderasi ini suatu aturan untuk melakukan peninjauan agar tidak menyimpang dari aturan yang berlaku yang sudah ditetapkan.

Setiap kebijakan yang dipaparkan di atas telah menunjukkan hubungan positif dengan komunikasi khalayak. Menurut Ksiazek (2019, p. 480) ada dua pola yang muncul mengenai peran anonim dalam berkomentar. Pola pertama, melarang anonim berkomentar dapat mendorong lebih banyak khalayak untuk berdiskusi. Khalayak yang berkomentar dapat bertanggung jawab atas komentarnya dan dapat diidentifikasi. Mereka berkontribusi dengan cara yang lebih produktif dan cenderung menghindari permusuhan atau penyampaian kata yang tidak sopan. Poin kedua, kebijakan dalam melarang anonim untuk berkomentar dapat menghambat keterlibatan penggunaan secara umum. Dapat dilihat media yang melarang nama pengguna anonim cenderung lebih sedikit komentar dibandingkan dengan media yang mengizinkan anonim untuk berkomentar.

Menurut Santana (dalam Franklin dan Eldridge, 2019, p. 480) beberapa media di Amerika Serikat terbagi dalam pendekatan mereka terhadap anonimitas, di mana mereka memperbolehkan nama pengguna yang dapat diidentifikasi dan mengizinkan khalayak menggunakan anonimitas. Media yang melarang komentar anonim berupaya untuk meningkatkan kesopanan komentar pengguna dan bagi media yang mengizinkan anonim untuk berkomentar hal ini dilakukan untuk memberikan kesempatan kepada khalayak untuk turut berpartisipasi.

2.2.2.1 Efek Komentar (Commenting Effects)

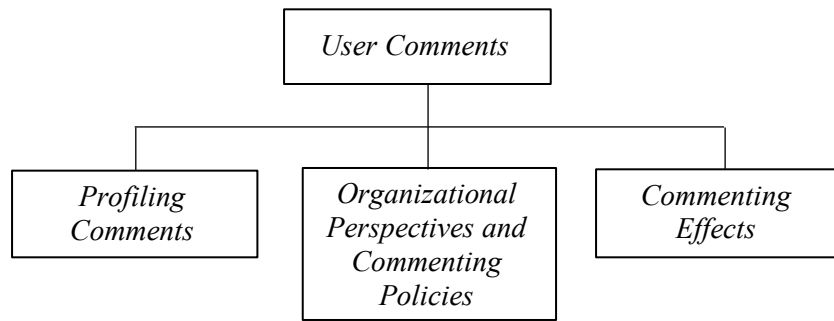
Ada penemuan bahwa komentar dapat mempengaruhi persepsi pengguna mengenai opini publik (Lee dalam Franklin dan Eldridge 2019, p. 34). Ketika komentar negatif bermunculan maka hal ini mengurangi pengaruh persuasif dari artikel berita. Kemudian juga, jika komentar tersebut tidak sopan dan negatif, hal ini akan mempengaruhi persepsi kualitas artikel. Jika komentar yang diutarakan bersifat positif, komentar ini mengarah pada penilaian yang lebih baik kepada opini publik yang dirasa (Ksiazek dan Nina dalam Franklin dan Eldridge 2016, p. 481-482).

Menurut Ksiazek dan Nina (2019, p. 482) pemrosesan komentar pengguna tampaknya tidak hanya dipengaruhi oleh kecenderungan penerima dan relevansi topik, namun juga dilihat dari isi komentar yang dipaparkan. Efek komentar ini menunjukkan bahwa media secara umum memiliki potensi setidaknya untuk pengaruh jangka pendek, seperti mempengaruhi persepsi audiens dan kualitas jurnalistik itu sendiri. Dengan demikian, relevansi komentar tidak dapat diabaikan.

2.3 Alur Penelitian

Bagan 2.2 Alur Penelitian





Alur penelitian dari penelitian ini adalah, berawal dari berita kesehatan pada kanal *detikhealth* yang membuka fitur kolom komentarnya, peneliti ingin mengetahui bagaimana pengelolaan dan interaktivitas yang dilakukan khalayak dengan kanal *detikhealth* yang berfokus pada berita Vaksin MR. Maka dari itu kanal *detikhealth* sebagai jurnalisme digital memberikan kesempatan khalayak dengan media untuk saling berinteraksi. Penelitian ini menggunakan konsep yang diperkenalkan oleh Ksiazek dan Springer untuk melihat bagaimana pengelolaan dan interaktivitas yang dilakukan oleh jurnalisme digital *detikcom*.