Hak cipta dan penggunaan kembali:

Lisensi ini mengizinkan setiap orang untuk menggubah, 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.

Team project ©2017
Dony Pratidana S. Hum | Bima Agus Setyawan S. IIP

BAB I
PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Dewan Pers mencatat total media massa di Indonesia telah mencapai 47.000, meliputi jenis media cetak, televisi, radio, dan siber (Haryanto, 2018, para. 1). Terlebih, melalui laporan *Tirto.id*, Dewan Pers mencatat jumlah media massa di Indonesia didominasi oleh jenis media siber yang berkisar lebih dari 35.000. Media siber merupakan media berbasis jaringan internet yang berfokus pada aktivitas atau kegiatan jurnalistik dengan landasan undang-undang pers dan standar perusahaan pers ("Pedoman Pemberitaan", n.d). Media siber memiliki karakterisitik tersendiri jika dibandingkan dengan media konvensional, yakni pada segi kecepatan dalam penyajian informasi dan interaktif.

Tren besarnya pertumbuhan media siber diikuti dengan angka pengguna internet. Menurut Raharjo (2017) Indonesia merupakan salah satu negara yang memiliki populasi pengguna internet terbesar di dunia (dikutip dalam Jurriens & Tapsell, 2017, p. 110). Hasil riset APJII (Asosiasi Penyelenggara Jasa Internet Indonesia) menunjukkan pertumbuhan pengguna internet di Indonesia terus melonjak setiap tahun. Hasil riset APJII pada tahun 2018 menunjukkan bahwa pengguna internet di Indonesia telah mencapai 171.2 juta jiwa, dengan peningkatan sebesar 10,12% dari tahun 2017 ("Penetrasi Pengguna Internet", n.d.).

Penerapan Jurnalisme Partisipasi..., Azmy Gilang Muharrom, FIKOM UMN, 2019

Jika melihat peningkatan pengguna internet dari perspektif perusahaan media siber, tentu hal ini dapat dikatakan sebagai ceruk yang potensial. Sebab, Arifin berpendapat bahwa saat ini pengguna media telah menjadi faktor penentu keberlangsungan bisnis media siber (2013, 198). Karena pengguna internet merupakan target konsumen dari hasil produksi konten media siber. **Tapi di sisi lain**, peningkatan pengguna internet juga diikuti dengan pertumbuhan jumlah media siber. Artinya, hal tersebut dapat menimbulkan gejolak persaingan antarmedia siber guna mempertahankan pengguna tetap dan memperoleh pengguna baru. Apalagi, kemudahan akses pada jaringan internet membuat pengguna media mampu bergerak secara dinamis dalam memilih informasi. Hill dan Lashmar mengafirmasi bahwa tidak semua pengguna loyal pada satu media siber (2014, p. 208).

Menurut Joy Mayer (2010), salah satu cara yang patut dilakukan oleh jurnalis untuk memperoleh atensi pengguna adalah membangun kepercayaan dalam melibatkan pengguna atau "*engaging audiences*" (Batsell, 2015, p. 4). Ketika jurnalis melakukan *engagement*, maka berpotensi menimbulkan sifat loyalitas pengguna terhadap suatu media. Menurut Schultz (2005) dasar dalam melakukan *engagement* adalah kehadiran interaktivitas atau pertukaran informasi antara jurnalis dan pengguna (dikutip dalam Marchionni, 2013, p. 134).

Interkativitas yang terjalin antara jurnalis dan pengguna dapat berpengaruh pada peran pengguna yang semula pasif menjadi aktif. Secara lebih jelas, Hermida mengungkapkan (2012) bahwa dasar perubahan peran pengguna media disebabkan

oleh pengaruh digitalisasi yang mengikis batasan antara media sebagai produsen dan pengguna sebagai konsumen (Gopalkhrishnan & Nylund, 2014, p. 5). Kini publik mampu mengonsumsi dan membagikan informasi kepada jurnalis (kolaborator) dalam format teks dan visual dari jangkauan lokal atau daerah (Singer, 2011, p. 29).

Dari sejumlah aspek di atas dapat mencirikan bahwa media siber dapat berpotensi menghasilkan minat pengguna untuk berpartisipasi pada ranah jurnalistik atau disebut dengan jurnalisme partisipasi. Menurut Domingo (2008) jurnalisme partisipasi adalah proses jurnalistik yang dilakukan oleh pengguna seperti memberikan komentar atau sebagai produser konten (dikutip dalam Aitamurto, 2015, p. 4). Meski demikian, jurnalisme partisipasi berbeda dengan *citizen journalism*. Gilmor (2004) menjelaskan, *citizen journalism* adalah publik yang bukan berprofesi sebagai jurnalis profesional, namun menghasilkan berita yang dianggap sebagai konten jurnalisme (dikutip dalam Aitamurto, 2015, p. 4).

Namun, memastikan pengguna media untuk berpartisipasi merupakan hal yang sulit (Gopalkhrishnan & Nylund, 2014, p. 8). Guna memenuhi kegiatan jurnalisme partisipasi, Barnes (2016, p. 179) menilai bahwa kini media siber memiliki strategi khusus bagi pengguna media dalam kegiatan berpartisipasi. Strategi yang diciptakan oleh media siber adalah hadirnya forum pengguna untuk berpartisipasi dalam proses produksi berita (Paulussen & Ugille, 2008, p. 26).

Secara umum, media berbasis digital atau siber memiliki forum khusus bagi penggunanya untuk menciptakan konten. Konsep forum pengguna media untuk menciptakan konten dinamakan sebagai *user generated content* atau UGC. Forum UGC menghasilkan konten foto, video, teks, dan format lainnya yang terhubung langsung kepada situs media (Haak, Parks, Castells, 2012, p. 2928). Menurut Jönsson dan Örnebring, penyediaan forum pengguna oleh media siber dapat dikatakan sebagai kolaborasi yang sangat menguntungkan, sebab pihak media memiliki tenaga kerja tak berbayar (2010, p. 129). Terlebih, apabila pengguna dapat menciptakan konten yang berkualitas, secara langsung dapat menaikan citra media.

Berdasarkan hasil publikasi Dewan Pers mengenai pengingkatan jumlah media siber di Indonesia, memantik peneliti untuk meninjau upaya media siber dalam mendapatkan atensi pengguna di tengah perkembangan jumlah media siber. Salah satu media siber yang menjadi perhatian peneliti adalah *Detikcom*, karena *Detikcom* memberikan ruang kepada pengguna media untuk berpartisipasi dalam produksi berita melalui aplikasi khusus, yakni *Pasangmata*. Melalui *Pasangmata*, pengguna media dapat memberikan konten berisikan informasi terkini. Konten yang diunggah melalui aplikasi *Pasangmata* berpotensi untuk digunakan sebagai sumber pemberitaan di *Detikcom*. Terlebih, *Detikcom* memberdayakan *Pasangmata* sebagai pemenuhan agenda pemberitaan. Artinya, telah terjalin kolaborasi yang dibangun oleh jurnalis profesional kepada penggunanya, sebagai berikut,

UNIVERSITAS MULTIMEDIA NUSANTARA

> dalam liputan khas ini, detikOto bersama dengan *Pasangmata* melakukan penelusuran mengenai 'Transportasi Busuk'. Tapi, apakah semua transportasi busuk? Simak terus laporannya di detikOto. Atau, Otolovers melihat ada 'Transportasi Busuk' di sekitarnya? Silakan kirim laporannya ke pasangmata.detik.com" (Arifin, 2019, para. 12-13).

Dari hasil pantauan peneliti, total konten yang didapat oleh kanal otomotif di *Pasangmata,* telah mencapai lebih dari 2.500 konten. Selain itu, pengguna media juga dapat menciptakan konten sesuai dengan beberapa topik yang telah tersedia di *Pasangmata*. Berdasarkan penghitungan peneliti, total kontribusi pengguna media di *Pasangmata* telah melebihi 100.000 konten.

Terlebih, *Detikcom* ditentukan sebagai subjek penelitian berdasarkan pada rutinitas atau aktivas media, yang memanfaatkan penggunanya sebagai partisipan. Sejak beroperasi pada tahun 1998 (Margianto & Syaefullah, d., p. 37), *Detikcom* secara aktif menciptakan beberapa forum UGC, beberapa di antaranya adalah *Blog Detik*, *Detik Forum*, *Detik Foto*, dan *Pasangmata*. Selain itu, data *Alexa.com* menunjukkan bahwa popularitas laju pengunjung *Detikcom* berada di posisi tiga dalam kategori media sejak Mei 2019 (data dapat berubah dalam waktu yang tidak dapat ditentukan). Sejumlah hal tersebut menjadi dasar argumen peneliti dalam menentukan subjek penelitian.

Sebagai operasionalisasi penelitian, peneliti menggunakan konsep jurnalisme partisipasi dari Domingo, dkk (2008). Terdapat lima tahap pada konsep jurnalisme partisipasi, yakni *Access/observation*, *selection/filtering*, *processing*/*editing*, *distribution*, dan *interpretation*. Konsep jurnalisme partisipasi Domingo, dkk (2008)

dipilih atas dasar konsentrasi pada interaksi antara jurnalis dan pengguna media sebagai wujud kolaborasi dalam tahap produksi konten berita. Namun, peneliti perlu melakukan kajian lebih dalam atas kegiatan jurnalisme partisipasi di *Detikcom*, sebab tidak menutup kemungkinan terdapat beberapa tahap jurnalisme partisipasi yang tidak diterapkan oleh *Detikcom*, atau bahkan terdapat hal baru yang ditemukan. Sehingga, penelitian ini dapat melibatkan unsur "sebab" dari *Detikcom* dalam "menerapkan" atau "tidak menerapkan" sejumlah tahap dari konsep jurnalisme partisipasi.

Penelitian ini akan dilaksanakan dengan pendekatan kualitatif dan menggunakan metode studi kasus. Metode studi kasus ditetapkan berdasarkan pada upaya dalam mengidentifikasi suatu subjek atas peristiwa atau kasus dengan berbagai metode perolehan data (Mulyana, 2013, p. 2013). Oleh karena itu, metode studi kasus dapat memahami suatu pengamatan yang mendalam terhadap subjek yang diteliti. Peneliti menaruh perhatian pada upaya *Detikcom* dalam mengerahkan penggunanya untuk berpartisipasi. Peneliti memiliki pandangan bahwa *Detikcom* akan terus mengerahkan penggunanya untuk berpartisipasi menciptakan konten dalam jangka waktu yang akan datang. Artinya, metode studi kasus dapat dierapkan karena memiliki relevansi dan kelayakan dalam mengatasi suatu permasalahan yang dapat teridentifikasi (Mulyana, 2013, p. 202).

UNIVERSITAS
MULTIMEDIA
NUSANTARA

1.2 Rumusan Masalah

Penelitian ini dilaksanakan untuk mengidentifikasi *Detikcom* dalam menerapkan jurnalisme partisipasi Domingo, dkk (2008) sebagai upaya menarik atensi pengguna di tengah peningkatan jumlah media siber di Indonesia. Peneliti telah mengaplikasikan rumusan masalah ke dalam bentuk pertanyaan sebagai berikut, "Bagaimana *Detikcom* menerapkan konsep jurnalisme partisipasi Domingo dkk (2008) sebagai upaya memperoleh atensi pengguna di tengah peningkatan jumlah media siber? "

1.3 Pertanyaan Penelitian

Pertanyaan penelitian yang ditetapkan merupakan bagian dari proses indentifikasi rumusan masalah. Peneliti telah menetapkan sejumlah pertanyaan penelitian sebagai berikut:

1. Bagaimana *Detikcom* menyediakan akses sebagai wadah partisipasi konten pengguna?

2 Bagaimana *Detikcom* melibatkan pengguna dalam tahap seleksi agenda pemberitaan?

3 Bagaimana kolaborasi antara jurnalis *Detikcom* dan pengguna media pada tahap proses produksi konten berita?

UMN
UNIVERSITAS
MULTIMEDIA
NUSANTARA

4 Bagaimana *Detikcom* memberikan kesempatan pada pengguna untuk mendistribusikan konten berita?

5. Bagaimana *Detikcom* memberikan kewenangan kepada pengguna untuk menginterpretasikan konten berita?

1.4 Tujuan Penelitian

Penelitian ilmiah bertujuan untuk mengidentifikasi *Detikcom* dalam menerapkan konsep jurnalisme partisipasi Domingo dkk (2008) sebagai upaya menarik atensi pengguna media di tengah perkembangan media siber di Indonesia.

1.5 Kegunaan Penelitian

Penelitian ini diharapkan mampu memiliki kegunaan atau manfaat untuk individu maupun kelompok sebagai pendukung kebutuhan proses akademik dan praktis.

a. Akademik

Penelitian ini dapat memberikan referensi sebagai pemahaman baru yang diperoleh atas realitas *Detikcom* dalam menerapkan jurnalisme partispasi sebagai upaya menarik atensi pengguna, di tengah perkembangan jumlah media siber di Indonesia. Terlebih, memberikan wawasan terkait nilai atau praktik khusus yang diterapkan dalam jurnalisme partisipasi, seperti *crowdsourcing* dan *user generated content*.

b. Praktis

Persaingan media siber kian dirasakan semenjak hadirnya kemudahan akses internet yang menghasilkan penambahan jumlah media siber. Terlebih, keseragaman konten menyebabkan persaingan media siber semakin masif. Di sisi lain, media juga dapat mengandalkan perspektif lain, yakni datang dari partisipasi pengguna. Hal itu sekaligus dapat membangun dan memilihara dari segi loyalitas pengguna media. Penggunaan UGC dapat dijadikan sebagai opsi bagi media siber untuk mengembangkan konten. Penelitian ini memberikan kajian terkait upaya media siber, yakni *Detikcom* dalam membangun partisipasi pengguna media. Peneliti berharap hasil penelitian ini mampu memberikan sudut pandang yang realistis terkait penerapan jurnalisme partisipasi Detikcom.

1.6 Keterbatasan Penelitian

Penelitian ini memiliki keterbatasan, yakni konsep jurnalisme partisipasi Domingo dkk (2008) tidak memiliki standar atau ukuran yang menilai bahwa suatu media menerapkan atau memenuhi konsep partisipasi**.**

UMN
UNIVERSITAS
MULTIMEDIA
NUSANTARA