



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.

BAB I

PENDAHULUAN

1.1. Latar Belakang

Perkembangan teknologi komunikasi dan media secara berangsur-angsur mengubah perilaku dan kebiasaan masyarakat terhadap berita. Di era web 1.0, masyarakat hanya mampu mengakses informasi yang sudah disediakan oleh perusahaan, tanpa dapat berkontribusi (Naik & Shivalingiah, 2009, p. 7). Berbeda dengan era web 2.0, masyarakat telah terpapar berbagai informasi dari berbagai sumber yang berangsur-angsur mengubah dan membentuk perilaku dalam membagikan sebuah berita. Pada dasarnya, membagikan berita merupakan tindakan yang positif karena hal tersebut menandakan semakin meningkatnya jumlah masyarakat yang mengetahui kebenaran.

Di samping itu, tidak semua berita yang dibagikan merupakan berita yang akurat. Semangat tinggi dalam menyebarkan berita memiliki potensi menyimpang apabila perilaku dalam membagikan berita tidak diikuti literasi media yang baik. Hal ini diperburuk dengan kehadiran fitur *aggregator* berita yang kian ramai digunakan, padahal *aggregator* berita tidak sepenuhnya mengkurasi berita yang berkualitas sesuai standar jurnalistik. Maka dari itu, dalam penelitian ini akan dibahas pengaruh motif penggunaan media dan

tingkat kepercayaan masyarakat pada berita terhadap perilaku membagikan berita dari LINE TODAY.

O'Reilly (dalam Barichello & Carvalho, 2013, p. 40) menjelaskan bahwa web 2.0 menjanjikan demokratisasi informasi yang berarti pengguna memperoleh kekuatan dan kebebasan untuk berpartisipasi dalam memberi atau menerima konten dari pengguna lain. Layaknya pemaparan teori pemenuhan kebutuhan Blumer, Katz, dan Gurevitch (dalam West & Turner, 2010, p. 400), masyarakat memiliki wewenang untuk memilih dan menggunakan media tersebut secara aktif. Segala keputusan terkait topik, sumber, waktu, dan pilihan media diputuskan oleh masing-masing individu (Nurudin, 2007, p. 192).

Dari segi perkembangan media, kehadiran internet memberi pengaruh signifikan bagaimana media mensiasati diri untuk tetap menjadi sumber informasi. Kusuma menulis adanya pergeseran orientasi dan gaya hidup pengguna media dari media cetak ke media daring yang bisa diakses melalui gawai (Kusuma, 2016, p. 62). Pertumbuhan media daring yang pesat salah satunya disebabkan oleh kemudahan dan kecepatan akses, serta hanya memerlukan biaya yang relatif murah. Dikutip dari *IDN Times*, saat ini jumlah media daring berjumlah sekitar 43.000 (Nashrillah, 2018, para. 5).

Angka tersebut ikut disumbangkan beberapa media cetak ataupun media

massa lainnya yang turut membuat media daring untuk sebagai alternatif bertahan hidup (Kusuma, 2016, p. 63).

Tak hanya media daring yang mengalami pertumbuhan secara kuantitas, namun media sosial juga semakin diminati dan digunakan oleh banyak masyarakat. Salah satu media sosial yang banyak digunakan adalah LINE. Annisa (2017, p. 2) memaparkan LINE adalah media sosial berbasis percakapan yang menyediakan banyak fitur lain seperti telepon gratis, permainan, tema, stiker, dan unggah status layaknya *Facebook* pada berandanya. Tak hanya itu, LINE mengepakkan sayap menjadi *aggregator* berita. *Aggregator* berita bukanlah produk baru dalam perkembangan teknologi di dunia jurnalistik. *Yahoo News*, *Google News*, *Huffington Post* merupakan sedikit dari beberapa *aggregator* berita besar di negara barat. Perkembangan *aggregator* berita yang pesat di berbagai belahan dunia didukung oleh fakta bahwa masyarakat, terutama yang berada dalam kelompok usia muda kini lebih memilih algoritma untuk menyeleksi berita karena dipandang lebih independen dan memungkinkan berbagai topik dari sejumlah sudut pandang (Watkins, Park, Blood, Dunne, Fuller, Papandrea & Ricketson, 2016, p. 68).

Kini, LINE juga turut merilis fitur *aggregator* berita yang dinamakan LINE TODAY pada 30 Juni 2016. Fitur LINE TODAY tak hanya memampukan pengguna untuk memilih berita terhangat, namun juga dapat

membagikan berita tersebut ke berbagai platform media sosial dan aplikasi kirim pesan, antara lain ke sesama pengguna LINE, *Facebook*, *Twitter*, *Whatsapp*, dan *Blackberry Messenger* (BBM). Selain itu, LINE TODAY juga menyediakan wadah untuk para penggunanya dapat saling berinteraksi dengan kehadiran kolom komentar interaktif untuk mengunggah pendapat pengguna, fitur balas, laporkan, suka, atau tidak suka untuk menanggapi komentar orang lain.

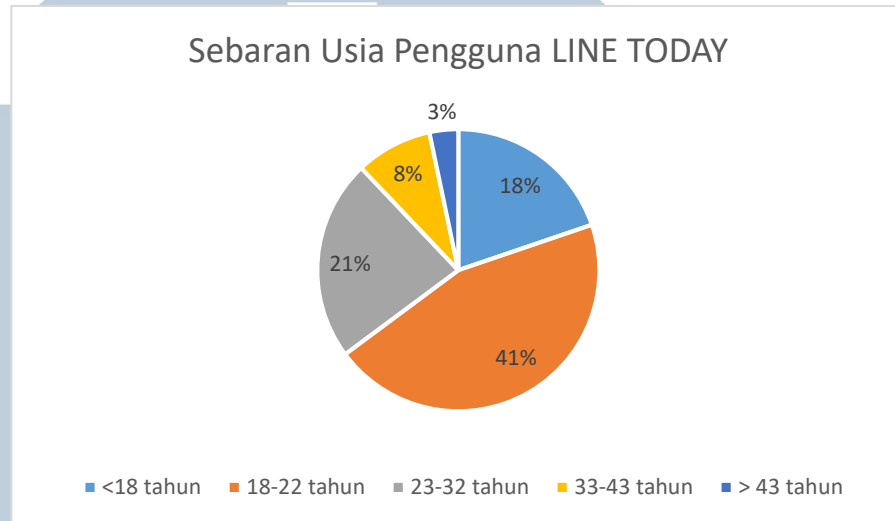
Saat ini, LINE TODAY menjadi fitur *aggregator* terbesar di Indonesia yang memiliki 60 juta pengguna aktif menurut artikel dari Techinasia (Pratama, 2017, para. 4). Managing Director LINE Indonesia Ongki Kurniawan menjelaskan kepada *Okezone.com* bahwa peningkatan jumlah pengguna LINE terbanyak terdapat di tiga kota besar di Indonesia yaitu Jakarta, Surabaya, dan Medan, dengan pertumbuhan sebanyak 3,3 kali lipat pengguna per tahun (Fauzi, 2017, para. 5). Pesatnya pertumbuhan jumlah pengguna LINE tersebut selaras dengan survei Asosiasi Penyelenggara Jasa Internet Indonesia (APJII) yang menemukan bahwa tingkat penetrasi internet di Indonesia paling tinggi berada di daerah urban dengan persentase sebesar 74,1% (“Penetrasi & Profil Perilaku,” 2018, p. 19). Daerah urban yang dimaksud adalah wilayah administratif yang sebagian besar memperoleh pendapatan domestik bruto dari sektor non pertanian, tepatnya perdagangan (p. 3). Berdasarkan jenis lapangan usaha yang menyumbang PDRB terbesar

(Produk Domestik Regional Bruto), maka DKI Jakarta, Surabaya, Medan termasuk dalam daerah urban karena PDRB ketiga kota tersebut dikuasai sektor perdagangan (BPS Kota Medan, 2017, p. 461; BPS Kota Surabaya, 2017, p. 431, “PDRB Provinsi DKI,” 2017) dengan tingkat penetrasi provinsi yang tinggi.

Berdasarkan hasil survei APJII, angka penetrasi tertinggi di Pulau Jawa dimiliki oleh Ibukota Jakarta dengan 80,4 persen. Sedangkan, Provinsi Sumatera Utara yang ibukotanya adalah Medan memiliki penetrasi 75,3 persen (p. 13). Paling kecil di antara tiga kota yang disebutkan oleh pihak LINE TODAY tersebut adalah Provinsi Jawa Timur yang beribukota di Surabaya dengan jumlah pengguna internet sebanyak 58,9 persen (p. 14). Kemenkominfo mengungkapkan penetrasi internet yang lebih terpusat di kota besar tersebut salah satu faktornya didorong oleh distribusi penduduk yang tidak merata dan pembangunan infrastruktur internet yang jauh lebih memadai dibandingkan di daerah terpencil (“Pemerintah ungkap tantangan,” 2017, para. 3&5).

Dikutip dari *Kompas.com*, pengguna LINE didominasi oleh usia mahasiswa yakni 18 hingga 22 tahun sebanyak 41 persen, disusul oleh 21 persen dengan usia 23 hingga 32 tahun, 18 persen berumur di bawah 17 tahun, 8 persen berumur 33 hingga 43 tahun, dan hanya 3 persen yang di atas 43 tahun (Bohang, 2016, para. 9).

Grafik 1.1 Sebaran Usia Pengguna LINE TODAY



Sumber: Diolah peneliti

Selaras dengan data tersebut, APJII (2018, p. 20) juga menyatakan bahwa usia 15 hingga 19 tahun dan 20 hingga 24 tahun merupakan pengguna internet terbanyak dengan persentase secara berurutan yaitu 91% dan 88,5%. Pada dasarnya, profil usia pengguna tersebut memang menunjukkan karakteristik gen Z (manusia kelahiran 1996-2009) yang merupakan *digital natives* atau penutur asli teknologi digital yang sudah sangat akrab dengan penggunaan internet ataupun media sosial (Rastati, 2018, p. 61). Temuan tersebut sesuai dengan demografis pengguna LINE TODAY yang berpusat di Jakarta, Surabaya, Medan dengan mayoritas usia 18-22 tahun.

Tingginya penetrasi penggunaan internet seperti yang diungkap APJII membuat masyarakat memasuki era surplus informasi. Di era surplus

informasi, pengguna memiliki lebih banyak konten untuk dipilih daripada waktu yang mereka miliki sehingga pengguna media daring cukup mengandalkan *aggregator* berita untuk memenuhi kebutuhan berita terbaru (Chyi, 2009, p. 91). Maka dari itu, LINE TODAY berkembang pesat karena fitur tersebut menyuguhkan dan mengkurasi berita dari berbagai sumber media daring di Indonesia. Berita yang disajikan bervariasi dari peristiwa, isu nasional, teknologi, gaya hidup, hingga hiburan. Menurut survei yang dilakukan *Daily Social*, daya tarik LINE TODAY tersebut membuat 50,64 persen masyarakat Indonesia menjadikan LINE TODAY sebagai sarana utama mencari berita di samping unggahan Facebook (*Indonesian News Reading Habits*, 2017, p. 8).

Meski kehadiran *aggregator* berita membawa kemudahan untuk pembaca, fitur tersebut memiliki sisi negatif. Menurut Lee dan Chyi (2015, p. 2), internet telah membawa perubahan revolusioner ke lanskap media kontemporer, mengganggu dinamika penawaran dan permintaan yang ada, mengarah ke cara baru mengonsumsi berita yang mengancam pangsa pasar media berita daring. Kehadiran *aggregator* berita malah membuat sebagian masyarakat sepenuhnya beralih dari situs media daring. Hanya sedikit masyarakat yang benar-benar mengunjungi situs media daring yang ditautkan oleh *aggregator* berita. *Aggregator* berita seakan dijadikan semacam toko serba ada yang menyajikan pilihan berita dari beragam sumber.

Perubahan metode pencarian berita turut menggambarkan kondisi perubahan dunia jurnalistik. Perubahan yang paling besar salah satunya adalah perihal aktualitas. Bukan saja harus bersaing dengan mesin *aggregator* berita, kecepatan berita di media daring dituntut tinggi. Apabila sebuah koran memberitakan kejadian satu hari setelah peristiwa, media daring harus bisa menyajikan secepatnya, dalam hitungan detik apabila memungkinkan. Waktu yang singkat ini secara signifikan berpengaruh pada kualitas jurnalistik media. Juditha (2013, p. 46) menjelaskan prinsip keberimbangan, keakurasian dan kehati-hatian sering dinomorduakan dalam praktik jurnalisme media daring demi mengejar aktualitas. Kewajiban verifikasi dan objektivitas juga sering luput dikejar waktu.

Kemunduran ini berpengaruh pada menurunnya kepercayaan publik pada berita secara umum. Penelitian yang dilakukan oleh Coleman, Anthony, dan Morrison (2009) memaparkan bahwa ketersediaan terpaan informasi yang luar biasa banyak akan membuat masyarakat kesulitan untuk memilih informasi yang mereka butuhkan dari sumber yang dipercayai. Standar reportase yang rendah juga turut berkontribusi terhadap kejatuhan pada rasa percaya pembaca. Oleh sebab itu, penelitian ini menjadi menarik untuk dikaji agar dapat dianalisis terkait tingkat kepercayaan masyarakat pada berita di era *aggregator* berita.

Hal lainnya yang tidak bisa dihindarkan dari aktivitas media sosial adalah berbagi informasi antar berita. LINE TODAY yang merupakan *aggregator* dalam media sosial memungkinkan interaktivitas dengan membagikan berita ke pengguna LINE ataupun media sosial lainnya. Garcia-Perdomo, Salaverria, Kilgo, dan Harlow (2017, p. 3) menegaskan bahwa mengklik, membagikan, menyukai, dan mengomentari di jaringan sosial adalah bentuk distribusi yang kuat. Berkat media sosial dan alat digital interaktif lainnya, pembaca kini mampu berpartisipasi penuh dalam proses penyebaran, merekomendasikan dan memodifikasi konten.

Hermida, Fred, Darryl, dan Donna (2012, p. 7) juga menambahkan bahwa berbagi berita melalui media sosial telah menjadi sebuah kebiasaan baru karena pengguna merasa lebih mungkin untuk mendapatkan tautan berita dari teman-teman dan rekomendasi anggota keluarga di media sosial, dibandingkan dari akun media sosial wartawan atau outlet berita (Menurut riset American Press Institute (2017, para. 22), kriteria orang yang membagikan artikel itu juga sedikitnya memengaruhi kecenderungan seseorang untuk menyampaikan kembali artikel tersebut kepada orang terdekat. Dalam artian, apabila artikel tersebut dibagikan oleh sumber terpercaya, 38 persen orang mengatakan mereka akan membagikannya terlepas dari kredibilitas konten berita. Namun, jika pada awalnya artikel dibagikan oleh figur publik yang tidak mereka percaya, hanya 24 persen

orang yang mengatakan bahwa mereka kemungkinan akan membagikan kembali konten tersebut.

Selain persoalan kepercayaan, diketahui pula motif pengguna dalam menggunakan media juga memengaruhi kecenderungan membagikan berita. Sebab nyatanya, tak semua orang punya pemikiran skeptis dan menaruh kepedulian lebih terhadap apa yang mereka rekomendasikan untuk orang lain. Coleman et al. (2009, p. 14) menjelaskan bahwa individu yang memiliki motif mencari hiburan dan kesenangan semata, mereka cenderung acuh dengan pengirim atau pembuat berita. Apabila hasil dari penelitian ini dapat secara ilmiah dibuktikan berlaku di Indonesia, hal ini setidaknya dapat membantu menjelaskan penyebaran informasi yang tidak akurat di Indonesia.

Di Indonesia masih jarang penelitian yang membahas mengenai motif penggunaan media dikaitkan dengan kecenderungan membagikan berita. Adapun penelitian yang tersedia bertempat di Inggris dengan budaya masyarakat, tingkat pendidikan, dan iklim jurnalistik yang berbeda. Penelitian mengenai *aggregator* berita khususnya LINE TODAY juga masih sedikit dibahas, padahal *aggregator* ini sudah menjadi keseharian sebagian besar pengguna LINE. Kusut dan kompleksnya faktor yang saling mempengaruhi terkait media sosial, media berita daring, dan kondisi media baru memunculkan sebuah problematika baru yang penting diteliti. Maka dari itu, menjadi penting untuk membuat penelitian mengenai

pengaruh motif penggunaan media dan tingkat kepercayaan mahasiswa di Jakarta, Surabaya, dan Medan pada berita terhadap kecenderungan membagikan berita dari LINE TODAY.

1.2. Rumusan Masalah

Bagaimana pengaruh motif penggunaan media dan tingkat kepercayaan mahasiswa Jakarta, Surabaya, Medan pada berita terhadap kecenderungan perilaku membagikan berita dari LINE TODAY?

1.3. Pertanyaan Penelitian

- 1) Motif apa saja yang dimiliki seseorang dalam mengkonsumsi berita, terutama berita dari *aggregator* berita LINE TODAY?
- 2) Seberapa tinggi tingkat kepercayaan mahasiswa Jakarta, Surabaya, Medan pada berita dari LINE TODAY?
- 3) Sejauh mana kecenderungan perilaku membagikan berita dipengaruhi oleh motif penggunaan media?
- 4) Sejauh mana kecenderungan perilaku membagikan berita dipengaruhi tingkat kepercayaan penggunanya?
- 5) Sejauh mana kecenderungan perilaku membagikan berita dipengaruhi motif penggunaan berita dan tingkat kepercayaan pada berita?

1.4. Tujuan Penelitian

- 1) Mengetahui motif yang dimiliki seseorang dalam mengonsumsi berita dari fitur *aggregator* berita LINE TODAY
- 2) Memperoleh data tingkat kepercayaan mahasiswa Jakarta, Surabaya, Medan pada berita dari LINE TODAY
- 3) Menjelaskan pengaruh motif penggunaan media terhadap kecenderungan perilaku membagikan berita
- 4) Menguraikan perilaku mahasiswa Jakarta, Surabaya, Medan dalam membagikan berita yang dipengaruhi oleh tingkat kepercayaannya pada berita
- 5) Menganalisis pengaruh motif penggunaan media dan tingkat kepercayaan pada berita terhadap kecenderungan perilaku membagikan berita

1.5. Kegunaan Penelitian

1.5.1. Kegunaan Akademis

Penelitian ini secara akademis diharapkan dapat menjelaskan kecenderungan perilaku membagikan berita dari LINE TODAY yang dipengaruhi oleh motif penggunaan media dan tingkat kepercayaan mahasiswa di Jakarta, Surabaya, Medan.

1.5.2. Kegunaan Praktis

Secara praktis, penelitian ini dapat memberikan gambaran mengenai khalayak media dalam menggunakan fitur *aggregator* berita. Penelitian ini juga diharapkan dapat melihat preferensi berita pembaca, terutama berita yang dijadikan objek untuk dibagikan kepada orang lain yang memiliki karakteristik tertentu. Dalam prosesnya, penelitian ini membantu memetakan motif seperti apa yang cenderung memengaruhi perilaku tertentu mahasiswa dalam membagikan berita. Di sisi lain, penelitian ini diharapkan dapat menunjukkan kepercayaan pengguna terhadap berita dan media yang ditampilkan oleh LINE TODAY.

1.5.3. Kegunaan Sosial

Melalui penelitian ini diharapkan dapat mendorong untuk kurator berita LINE TODAY agar selalu menyuguhkan berita dari sumber terpercaya yang kontennya sesuai dengan standar jurnalistik. Penelitian ini juga sekaligus menjadi himbauan untuk masyarakat agar bijak dalam menyebarkan berita dan bertanggung jawab atas informasi yang dibagikan untuk mengurangi penyebaran berita yang tidak akurat. Peneliti berharap dapat berkontribusi memperkaya pengetahuan pembaca, terutama pengguna fitur *aggregator* berita LINE perihal pemilihan media dan karakteristik berita dari LINE TODAY yang layak untuk dipercaya dan dibagikan.

1.6. Keterbatasan Penelitian

- 1) Pengukuran masing-masing variabel dalam penelitian ini mengadopsi alat ukur dari penelitian terdahulu. Dari kelima tahapan untuk mengadopsi alat ukur penelitian menurut Beaton dan Guilleman (2000, p. 3187), peneliti hanya melakukan dua tahapan yakni penerjemahan dan pengujian validitas dan reliabilitas.
- 2) Penyebaran kuesioner secara daring membuat pengawasan peneliti terhadap pengisian kuesioner lebih lemah. Hal ini membuka celah bagi sebagian responden untuk mengisi item pertanyaan dengan tidak sepenuh hati.

UMMN
UNIVERSITAS
MULTIMEDIA
NUSANTARA