



### **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 I**

## **PENDAHULUAN**

### **1.1 Latar Belakang**

Hampir semua media masa memuat berita yang sama, baik media konvensional seperti televisi dan radio, serta media online. Penyebaran informasi atau berita di media sosial sangat cepat bahkan lebih cepat dibandingkan pada media konvensional. Hal ini disebabkan karena informasi yang diunggah merupakan informasi yang sedang ramai diperbincangkan atau viral. Selain itu kemudahan menyebarkan berita di media sosial menjadi salah satu faktor suatu informasi cepat menjadi viral. Satu akun mengunggah informasi lalu mengirimnya lagi kepada akun lain, pola tersebut akan terus berulang untuk menyebarkan informasi tersebut (Fatmawati dan Ulfa, 2019, p. 51).

Ada beberapa penelitian yang meneliti berita viral di media sosial dengan melihat bagaimana kerja editor untuk memilih berita. Studi ini berupaya mengisi celah dengan meneliti unsur-unsur yang membentuk berita viral di media sosial (Al-Rawi, 2017, p.1). Viral memiliki banyak definisi, salah satunya merujuk pada apa yang menonjol dari sebuah konten. Menurut Oxford Dictionary dalam (Al-Rawi, 2017, p.2) menjadi viral berarti menyebar luas dan cepat.

Viral dianggap sebagai salah satu misteri di era internet karena sulit untuk mengetahui mengapa lagu, film, video klip, atau artikel berita tertentu mendapatkan popularitas yang luas, sementara yang lain memiliki kualitas,

konten, dan presentasi (jika tidak lebih baik) tidak menjadi viral (Al-Rawi, 2017, p.2).

Banyaknya berita viral yang berasal dari berbagai sumber membanjiri internet dan media sosial, hingga masuk ke ruang-ruang privasi. Direktur Komunikasi Indonesia Indicator, Rustika Herlambang menilai kecenderungan masyarakat Indonesia, khususnya yang aktif di jejaring media sosial lebih tertarik pada konten berita kontroversi. Ia mencontohkan, kabar mengenai pembahasan Rancangan Undang-Undang Informasi dan Transaksi Elektronik yang sedianya penting untuk disimak justru kurang mendapat perhatian publik (Fachrudin, 2016, para 1-2).

Pihaknya mencatat, perhatian publik terhadap isu aksi doa bersama 2 Desember sangat tinggi. Dari 14.500 orang yang aktif di media sosial dan membicarakan aksi tersebut, tercatat sebanyak 32 ribu percakapan telah terjadi hingga pukul 12.00 WIB. Selain itu, masyarakat Indonesia sering membagikan berita yang negatif dan tidak jelas narasumber atau kebenarannya diragukan. Perlakuan berbeda ditunjukkan terhadap berita yang baik. Secara umum, berita jenis ini hanya di respon secukupnya. Misalnya, hanya dibaca saja dan tidak dibagikan ke jejaring pertemanan atau media sosial lainnya (Fachrudin, 2016, para. 7-9).

Hal ini didorong karena pesatnya perkembangan teknologi informasi dan komunikasi saat ini membawa perubahan besar kepada masyarakat. Perkembangan ini ditandai dengan adanya internet (Pradika, 2017, p.2). Melalui survei yang dilakukan Asosiasi Penyelenggara Jasa Internet Indonesia (APJII) data pengguna internet tahun 2018 sebesar 171.176.716,8 dari jumlah

penduduk 264.161.600 dimana pertumbuhan internet meningkat dari tahun 2017 ke 2018 sebesar 27.916.716 (APJII,2018).

Dengan pesatnya perkembangan internet diikuti dengan media sosial hasil riset dari *Wearesosial Hootsuite* yang dirilis Januari 2019 pengguna media sosial di Indonesia mencapai 150 juta atau sebesar 56% dari total populasi. Jumlah tersebut naik 20% dari survei sebelumnya. Sementara pengguna media sosial mencapai 130 juta atau sekitar 48% dari populasi (Katadata.co.id, 2019, para.1).

Muncul media sosial memang mengubah pola jurnalisme di Indonesia. Terutama yang menyangkut proses pengumpulan berita, proses pembuatan berita, dan proses penyebaran berita. Dalam proses pengumpulan berita, sudah menjadi umum jika status seseorang yang diunggah di media sosial dan ditulis di media massa *mainstream* (Hamna, 2017, p.111).

Pengumpulan berita lewat media sosial kini semakin lazim dilakukan oleh berbagai institusi media. Namun, bagaimana cara memilih unggahan yang layak untuk diangkat menjadi bagian dari berita dan mengemasnya agar menjadi berita yang informatif dan bisa mendukung dialog publik. Perkembangan teknologi ini juga mengubah informasi dari jurnalistik, seperti penelitian yang dilakukan oleh Universitas Paramadina terhadap 350 wartawan di berbagai daerah di Indonesia. Sebanyak 50% wartawan saat ini mengandalkan dan mencari berita dari media sosial. Penelitian ini menemukan opini publik, media sosial menjadi andalan utama sebagian wartawan. Sebanyak 55% wartawan mengandalkan media sosial untuk bisa menemukan opini publik. Sebanyak 85% wartawan menemukan ide berita dengan

mengandalkan media sosial dan tidak lagi memeriksa fakta-fakta yang terjadi di lapangan (Ocktaviani, 2018, p.3).

Beritasatu.com pernah membahas mengenai fungsi pers yang digantikan oleh media sosial. Pencetus sembilan elemen jurnalisme Kovach dan Tom Rosenstiel menetapkan bahwa elemen pertama dari media adalah berpihak pada kebenaran. Artinya, pers dituntutewartakan kebenaran. Sebab, berita yang dipublikasikan oleh pers punya relevansi tinggi dalam pengambilan keputusan, karena pers memberikan berita berdasarkan fakta (Beritasatu, 2019, para.4-5).

Jika pers dituntut menyampaikan kebenaran saat ini ada fenomena *media shutdown* (hancurnya media arus utama) bisa saja terjadi karena media konvensional mulai tidak dipercayai masyarakat. Rapuhnya kepercayaan sosial dapat menjadi pendorong ambruknya institusi media. Kehadiran media sosial telah mengaburkan batas antara berita dan opini (Beritasatu, 2019, para.15-17).

Namun, pada laporan yang dilakukan oleh Edelman Trust Barometer *Global Report* kepercayaan masyarakat pada berita di media sosial menurun pada tahun 2018 turun 2% menjadi 51% dibanding tahun sebelumnya 53%. Sementara kepercayaan masyarakat pada jurnalis tahun 2018 meningkat menjadi 59% dari 54%. Ketidakpercayaan masyarakat terhadap media sosial tidak hanya di Indonesia atau negara Asia lainnya. Hal ini juga terjadi di Amerika Serikat dimana negara tersebut memiliki tingkat pendidikan dan teknologi yang lebih maju dibandingkan dengan Indonesia (Katadata.co.id, 2018, para.1-3).

Berita merupakan karya pemaknaan dan konstruksi atas realitas. Maka wartawan atau reporter dalam penyajian berita wajib mengedepankan fakta dan tidak diperkenankan memasukan pendapat atau opini pribadi (Setyabudi, 2018, p.5). Beberapa lembaga penyiaran televisi di Indonesia mulai menggunakan media sosial sebagai salah satu sumber rujukan dalam menyampaikan informasi. Indikasi kecenderungan ini karena penggunaanya yang cukup praktis dan selalu menyajikan informasi baru setiap hari untuk para penggunanya. (Gotami, 2019, p.7).

Kompas TV memiliki banyak konten berita salah satunya adalah *Viral Banget*. Peneliti akan melakukan penelitian kualitatif deskriptif, dengan melakukan metode studi kasus pada program acara *Viral Banget* Kompas TV yang menggunakan sumber rujukan media sosial. Peneliti ingin mengetahui lebih lanjut bagaimana *Viral Banget* menyaring informasi yang ada di media sosial untuk ditayangkan pada program acara berita.

Produk berita yang renyah akan menarik untuk dibagikan melalui media sosial maupun aplikasi tukar pesan. Maka tidak asing bila isu di media sosial dengan media daring semakin erat, media sosial adalah pemicu kabar (*news-breaking tool*). Kemudian *Viral Banget* memproduksi berita dengan hanya berdasarkan topik yang populer di media sosial dan peneliti melihat lembaga yang menggunakan informasi dari media sosial mengabaikan fungsi jurnalisme. Informasi yang beredar melalui media sosial tersebut kemudian ditulis begitu saja sebagai berita oleh awak media yang kemudian dipercaya pembaca sebagai sebuah kebenaran (Putranto, 2018, para.7).

Sebagian besar berita yang beredar di media sosial adalah berita dengan judul yang tidak jelas, bombastis dan ‘murahan’. Berita tersebut berisi informasi-informasi palsu yang asal dibagikan tanpa konfirmasi dan verifikasi. Pakar Media Sosial, Nukman Luthfie mengatakan dalam (Hamna, 2017, p.110), membagikan informasi-informasi palsu tersebut merupakan karakter masyarakat digital. Berita yang beredar di media sosial dianggap berita tanpa verifikasi lalu mengapa televisi sebagai media konvensional mengambil konten berita dari media sosial untuk ditayangkan?

Peneliti tertarik meneliti mengenai topik pengambilan informasi dari media sosial di *Viral Banget* untuk melihat penyebaran berita dari media sosial di media konvensional dimana jurnalis harus melakukan *gatekeeping* untuk menyaring informasi yang ada sebelum ditayangkan. *Gatekeeping*, yaitu proses pemilihan, penyeleksian, pemotongan, penentuan durasi, pengulangan, dan pembentukan berita, yang nantinya akan disampaikan kepada audience. Proses ini dilakukan oleh para pekerja media yang disebut dengan gatekeeper.

Keberadaan *gatekeeper* akan sangat memengaruhi isi dari media massa. Sesuai dengan yang dikemukakan John R. Bittner dalam (Istiqomah, 2016, p.147) menyebutkan *gatekeeper* mempunyai empat fungsi terkait proses pemberitaan di media massa, yaitu membatasi informasi dengan mengeditnya sebelum disebarkan, memperluas kuantitas informasi dengan menambahkan fakta dan pandangan lain, menginterpretasi informasi, dan menyiarkan informasi.

## **1.2 Rumusan Masalah**

Dengan melakukan penelitian mengenai proses *gatekeeping* pada program acara viral dengan melihat sumber informasi dari media sosial. Berdasarkan latar belakang yang telah diuraikan, maka rumusan masalah pada penelitian ini adalah:

Bagaimana proses kerja *gatekeeper* pada program *Viral Banget*?

## **1.3 Pertanyaan Penelitian**

1. Bagaimana proses pencarian informasi dari media sosial dalam produksi program *Viral Banget*?
2. Bagaimana *Viral Banget* memproduksi informasi dari media sosial menjadi berita?
3. Mengapa *Viral Banget* menjadikan informasi dari media sosial sebagai sumber pemberitaan?

## **1.4 Tujuan Penelitian**

1. Untuk mengetahui bagaimana *Viral Banget* menyaring informasi dari media sosial.
2. Untuk mengetahui bagaimana *Viral Banget* memproduksi informasi dari media sosial menjadi berita.
3. Untuk mengetahui alasan *Viral Banget* menjadikan informasi media sosial sebagai sumber pemberitaan.

## **1.5 Kegunaan Penelitian**

### **1.5.1 Kegunaan Akademis**

Secara akademis hasil penelitian ini diharapkan dapat menjadi referensi bagi pengembangan sumber berita yang berasal dari media sosial. Penelitian ini juga diharapkan secara akademis dapat menjadi referensi bagi konsep pengembangan sumber berita di media konvensional yang berasal dari media sosial dengan menggunakan jenis dan sifat penelitian kualitatif deskripsi, untuk menguji apakah lembaga penyiaran swasta bisa memanfaatkan informasi dari media sosial sebagai sumber informasi.

### **1.5.2 Kegunaan Praktis**

Secara praktis, penelitian ini diharapkan dapat menjadi masukan dan menjadi evaluasi bagi pekerja media untuk membuat konten yang bersumber dari media sosial. Penelitian ini diharapkan bermanfaat secara praktis bagi semua pihak yang berkepentingan baik bagi mahasiswa, praktisi media, dan masyarakat.

## **1.6 Keterbatasan Penelitian**

Keterbatasan penelitian penulis ada pada referensi buku mengenai teori *gatekeeping* Shomaker and Vos 2009.