



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

Internet telah membawa perubahan di berbagai bidang di seluruh dunia, termasuk Indonesia. Di era digital sekarang ini, semua dituntut serba cepat, karena itu banyak hal yang disediakan secara instan termasuk berita dan informasi. Saat internet mulai masuk ke Indonesia yaitu pada tahun 1996, hingga saat ini, internet berkembang pesat. Internet menyediakan berbagai hal, mulai dari sarana berbelanja, angkutan online hingga aplikasi untuk mendapatkan informasi. Saat ini pula berita tak hanya bisa didapatkan dari media *mainstream* seperti televisi, radio, koran atau majalah saja, tetapi dapat dengan mudah didapatkan dari internet (online). Keberadaan internet saat ini, memudahkan masyarakat untuk mencari dan mendapatkan informasi apa pun yang dibutuhkan. Sampai kapan pun, masyarakat membutuhkan berita dan informasi dalam hidupnya. Menurut Kovach dan Rosenstiel (2003, p. 2), masyarakat menggunakan berita dan informasi untuk menjalani hidupnya, melindungi diri, menjalin ikatan satu sama lain, mengenali teman dan musuh. Namun, tak sembarangan informasi, masyarakat membutuhkan berita dan informasi yang berkualitas dan dapat dipercaya.

Selain itu, banyak orang yang ingin mendapatkan informasi secara mudah dan cepat, tanpa peduli dengan tempat mereka berada atau apa yang sedang mereka lakukan. Media konvensional seperti televisi atau koran, bukanlah media yang terbilang praktis, cepat dan mudah untuk dinikmati di mana saja, sehingga media

konvensional perlahan mulai ditinggalkan. Melihat fenomena ini, media terus berkembang mengikuti tuntutan perkembangan zaman agar dapat tetap bertahan. Salah satunya adalah dengan melakukan konvergensi media. Konvergensi media memungkinkan integrasi dalam industri media dalam bentuk media cetak, media penyiaran, dan media internet.

Dalam beberapa tahun terakhir, media sosial juga menjadi salah satu *platform* yang semakin populer digunakan untuk menyajikan berita, seperti *Facebook*, *Twitter* dan *Line*. Brogan (2010, p. 11) mendefinisikan *social media* sebagai seperangkat alat komunikasi dan kolaborasi baru yang memungkinkan banyak jenis interaksi yang sebelumnya tidak tersedia untuk orang awam. Pada nantinya, tidak sedikit dari khalayak justru memperoleh berita bukan dari kanal resmi organisasi media, tapi justru dari platform media sosial dan sejenisnya.

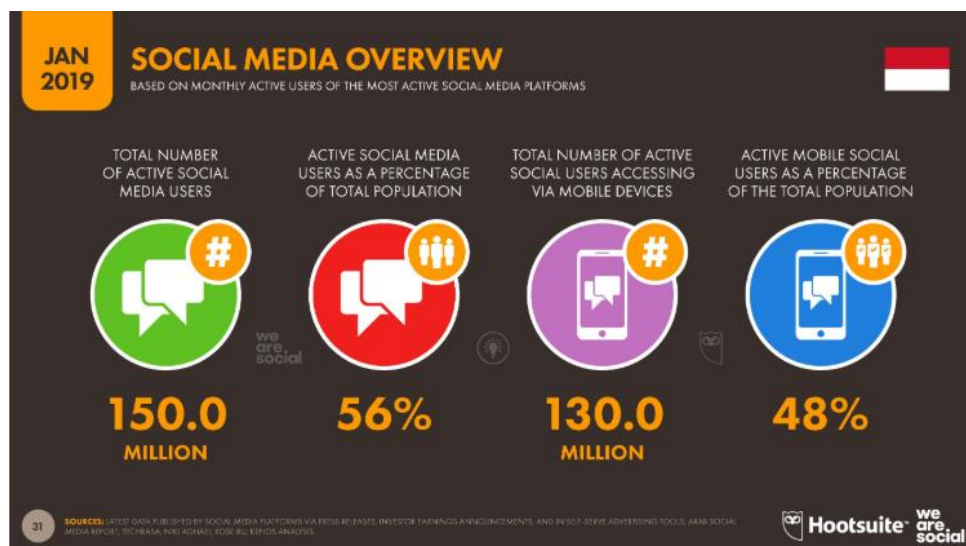
Di satu sisi, internet sebagai medium juga telah mempengaruhi cara kita hidup, termasuk cara kita memproduksi dan mengonsumsi berita (Margianto & Syaefullah, 2012, p 13), termasuk dalam hal konsumsi berita via media sosial tadi. Di sisi lain, sayangnya dengan perkembangan ini, semakin banyak pula berita-berita yang tidak dapat dipercaya yang banyak beredar di media sosial. Masalahnya, masih banyak juga masyarakat yang percaya dengan berita yang belum terverifikasi kebenarannya.

Berita online juga cenderung lebih mengutamakan kecepatan bukan keakuratan. Atas nama kecepatan, seringkali berita-berita tayang tanpa agregasi, mulai dari hal yang sederhana yaitu ejaan nama narasumber hingga yang paling serius yaitu substansi berita (Margianto & Syaefullah, 2005, p 39). Banyak berita online yang mulai mengabaikan kode etik jurnalisisme. Prinsip selalu *update* dan

‘mengalir’ adalah nilai baru yang hadir mengikuti kemunculan media-media online (Margianto & Syaefullah, 2005, p 39). Padahal, menurut Kovach dan Rosenstiel (2003, p 12) tujuan utama jurnalisme adalah menyediakan informasi yang dibutuhkan warga agar mereka bisa hidup bebas dan mengatur diri sendiri.

Sebenarnya, media sosial menyimpan potensi yang besar sebagai salah satu medium diseminasi berita di era digital saat ini. Apalagi, kini media sosial sudah menjadi bagian dari hidup masyarakat Indonesia. Menurut survei yang dilakukan Asosiasi Penyelenggara Jaringan Internet Indonesia (APJI) lebih dari setengah penduduk Indonesia telah terhubung dengan internet. Berdasarkan hasil riset dari *Wearesocial Hootsuite* yang dirilis pada Januari 2019 pengguna media sosial di Indonesia mencapai 150 juta jiwa atau sebesar 56% dari total populasi di Indonesia. Sedangkan pengguna media sosial mobile (gadget) mencapai 130 juta jiwa atau sekitar 48% dari populasi (Katadata, 2019)

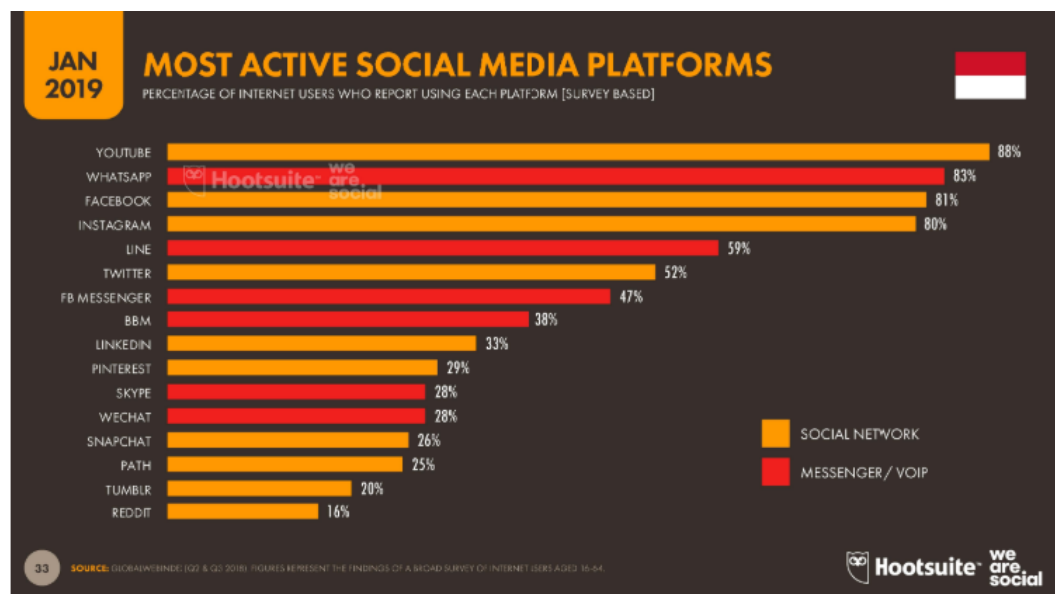
Gambar 1.1 Data Pengguna Media Sosial di Indonesia Tahun 2019



Sumber: *We Are Social Hootsuite, 2019*

Salah satu *platform* media sosial berupa *messenger* yang populer digunakan di Indonesia adalah *Line*. Menurut survei yang dilakukan *Wearesosial Hootsuite*, *Line* masuk dalam lima besar aplikasi *messenger* yang paling banyak digunakan di Indonesia. *Line* sendiri mengklaim bahwa *Line Today* telah menjadi platform agregator berita terfavorit di kalangan pengguna Indonesia (Azis, 2019). *Product Manager LINE Indonesia* Andi Firmanata menjelaskan bahwa rata-rata lama waktu yang dihabiskan pengguna untuk menikmati konten di *Line Today* per November 2019, adalah selama sekitar 30 menit dan penggunaanya sebagian besar berusia di bawah 25 tahun (Azis, 2019).

Gambar 1.2 Data Media Sosial yang Paling Aktif di Indonesia Tahun 2019



Sumber: *We Are Social Hootsuite, 2019*

Tidak hanya berfungsi sebagai sarana komunikasi personal dan kelompok, *Line* menyediakan sejumlah fitur yang beragam guna menarik minat para pengguna aplikasinya, salah satunya adalah *Line Today*. *Line today* merupakan fitur di dalam

aplikasi *Line* yang menyuguhkan berita dari berbagai macam media online seperti *Kompas.com*, *Liputan6.com* dan lain sebagainya. Berbeda dengan portal berita online atau aplikasi berita lainnya, *Line Today* tidak memproduksi beritanya sendiri, *Line Today* bisa disebut sebagai *news aggregator*. Mereka mengumpulkan berita dari portal berita online lain atau yang dapat disebut proses agregasi. Model jurnalisme ini dapat disebut sebagai Jurnalisme Agregasi. Kata agregator itu sendiri adalah pengumpul. Chowdhury dan Landoni (2006, p.101) mengelompokkan *news aggregator* menjadi dua macam berdasar kegiatan jurnalismenya. Yang pertama, *news aggregator* yang kegiatan jurnalismennya hanya sekadar mengumpulkan konten-konten berita dari berbagai macam sumber dan mempublikasikannya ke dalam situs web. Sedangkan yang kedua, ialah *news aggregator* yang mengumpulkan berita, memproses sedemikian rupa agar konten berita tersebut dapat didistribusikan sesuai dengan kebutuhan atau keinginan dari para penggunanya.

Platform berita seperti *Line Today* merupakan tren baru dalam jurnalisme dan media, yang pada nantinya berpeluang semakin memojokkan peran media massa konvensional. Terlebih lagi, banyak media massa yang disorot soal kualitas berita yang mereka produksi, terutama karena mereka dianggap melakukan praktik tabloidisasi. Dalam penelitiannya, Mulyadi (2015) menyebutkan bahwa tabloidisasi sendiri merujuk kepada konsep tabloid, sebuah produk media massa yang memprioritaskan lifestyle, hiburan, dan sensasi. Dalam penelitian yang dilakukan oleh Ndirangu (2015) disebutkan bahwa tabloidisasi merupakan ‘jurnalisme yang ternodai.’ Maksudnya, praktik tabloidisasi berita dapat menurunkan kualitas jurnalisme. Lebih dari itu, tabloidisasi adalah praktik di mana bergesernya isu-isu

yang diambil media menjauh dari isu-isu yang lebih penting dan justru lebih mengedepankan isu-isu hiburan. Lalu, pertanyaannya apakah kehadiran medium *Line Today* sebagai *news aggregator* juga melanggengkan praktik tabloidisasi semacam ini? Mengingat media online merupakan salah satu media yang paling rentan dengan tabloidisasi.

Sebagai *news aggregator Line Today* hanya melakukan agregasi dari berbagai portal berita untuk kemudian disajikan kembali kepada pengguna Line. Namun, apakah praktek agregasi berita dapat meningkatkan kualitas konten yang dapat dibaca oleh *audience*? Ataukah justru dapat menurunkan kualitas berita?—terutama jika beritanya lebih berisikan topik yang kurang serius atau bahkan sensasionalisme. Jika *Line Today* melakukan praktek ini, dapat dikatakan *Line Today* melakukan tabloidisasi.

Walaupun *Line Today* ‘hanya’ melakukan hanya mengambil berita dari portal berita lain, pada dasarnya ada proses *gatekeeping* dalam hal agregasi berita yang nantinya akan ditayangkan di dalam platform *Line Today*. Seperti media pada umumnya, *Line Today* memiliki *agenda setting*. Selain itu, Nugroho (2012) menjelaskan bahwa konsep dari *agenda setting* adalah publik mempelajari bahwa apa yang terpenting dari prioritas sebuah media sama bobotnya dengan agenda pribadi mereka. Sehingga, teori *agenda setting* menyatakan bahwa apa yang dianggap penting oleh media massa pada nantinya akan dianggap penting pula oleh masyarakat.

Praktik *agenda setting* yang dilakukan oleh *Line Today* setidaknya dapat dilihat dari agregasi berita yang dilakukan oleh *Line Today*. Pilihan berita atau artikel ini kemudian disajikan kepada pembaca *Line Today*. Setiap harinya *Line*

Today akan menawarkan beberapa judul berita yang menjadi sorotan dan dikirim kepada pengguna aplikasi *Line* melalui akun *Line Today*. Dari sini dapat dilihat apakah konten yang dimuat dalam agenda setting-nya *Line Today* justru lebih condong ke tabloidisasi atau tidak.

Dalam penelitian ini, peneliti ingin menggambarkan praktik tabloidisasi sebagai bagian dari *agenda setting* dari agregasi berita oleh *Line Today*. Memanfaatkan momentum isu-isu politik yang sedang hangat di tahun 2018, seperti menjelang Pemilu 2019. Pada masa politik seperti itu, sebenarnya peran media sangatlah vital, media massa memiliki peranan strategis sebagai saluran penunjang Pemilu sekaligus memberikan edukasi politik terhadap masyarakat. Peneliti meneliti secara seksama terkait dengan berita-berita yang dipilih untuk dijadikan berita utama oleh *Line Today*, terutama selama masa menjelang pemilu 2019 sebagai salah satu strategi memahami tabloidisasi tadi. Penelitian ini menggunakan data berita yang dipublikasikan oleh *Line Today* dalam kurun waktu 9 April 2018 sampai dengan 22 April 2018 yaitu sebanyak 300 berita.

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang di atas maka rumusan masalah pada penelitian ini adalah “Bagaimana gambaran praktik tabloidisasi sebagai bagian dari *agenda setting* dari agregasi berita oleh *Line Today*?”

1.3 Pertanyaan Penelitian

Dari rumusan masalah di atas pertanyaan penelitian yang diajukan peneliti adalah sebagai berikut :

1. Apa saja jenis dan sumber berita yang dipilih *Line Today* untuk menjadi berita utama?
2. Bagaimana praktik tabloidisasi terlihat dalam pemilihan berita yang dilakukan oleh *Line Today* untuk menjadi berita utama?
3. Kategori tabloidisasi apa saja yang dominan dari praktik pemilihan berita yang dilakukan oleh *Line Today* untuk menjadi berita utama?

1.4. Tujuan Penelitian

Dari pertanyaan penelitian yang diajukan peneliti di atas, maka tujuan penelitian dari penelitian ini adalah :

1. Untuk mengetahui jenis dan sumber berita yang dipilih *Line Today* untuk menjadi berita utama.
2. Untuk mengetahui praktik tabloidisasi dalam pemilihan berita yang dilakukan oleh *Line Today* untuk menjadi berita utama.
3. Untuk mengetahui kategori tabloidisasi yang dominan dari praktik pemilihan berita yang dilakukan oleh *Line Today* untuk menjadi berita utama.

1.5. Kegunaan Penelitian

1.5.1 Kegunaan Akademis

Hasil penelitian ini nantinya diharapkan dapat memberikan kontribusi pada perkembangan ilmu komunikasi khususnya di bidang jurnalistik yang terkait dengan tabloidisasi dan agenda setting. Hasil dari penelitian ini diharapkan dapat

memberikan rujukan tambahan bagi riset tentang tabloidisasi berita, terutama dalam konteks media agregasi di Indonesia.

1.5.2 Kegunaan Praktis

Penelitian ini diharapkan dapat membantu media online terutama Line Today sebagai news aggregator untuk lebih memilah informasi dan berita dari portal berita lain untuk disajikan kepada pembaca Line Today. Supaya tak hanya sebagai hiburan, Line Today juga bisa menyajikan berita yang bisa memberikan informasi serta mencerdaskan masyarakat.

1.5.3 Kegunaan Sosial

Selain untuk mengedukasi masyarakat, penelitian ini diharapkan untuk menjadi pen jembatan media sosial antara media sosial yaitu *Line Media* serta masyarakat. Diharapkan masyarakat dapat memilah berita dengan lebih teliti dan mengonsumsi berita dari sumber yang beragam agar kaya akan sudut pandang, terutama mengingat penting untuk mengonsumsi berita yang sesuai dengan kualitas berita yang baik serta menghindari berita yang cenderung mempraktekan tabloidisasi.

1.6. Keterbatasan Penelitian

Keterbatasan dalam penelitian ini adalah riset yang penulis lakukan baru berhasil menjelaskan adanya tabloidisasi dari segi isi selama periode 9 April 2018 sampai dengan 22 April 2018. Pengumpulan data juga dilakukan pada tahun 2018, terdapat jeda waktu selama 2 tahun sehingga bisa saja ada perubahan sistem di *Line*

Today. Jenis berita yang ditawarkan oleh admin *Line Today* melalui fitur *chat Line* juga selalu berubah tergantung tren atau peristiwa terbaru. Hal ini dapat membuat hasil yang didapatkan dari penelitian ini menjadi tidak lagi valid.