



### **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 PEMIKIRAN

#### 2.1. Penelitian Terdahulu

Dalam membahas tentang praktik *agenda setting* dan tabloidisasi dalam agregasi berita yang dilakukan oleh *platform Line Today*, peneliti akan menggunakan sejumlah rujukan dari riset terdahulu yang relevan. Riset-riset tersebut juga terkait dengan kajian analisis isi media sebagai metode yang digunakan dalam penelitian ini. Dalam sub-bab ini, sejumlah riset tadi akan dibahas sekaligus menjelaskan unsur kebaruan yang akan ditawarkan oleh riset ini sebagai upaya melengkapi *research gaps*.

Penelitian tentang *agenda setting* sendiri banyak dilakukan dengan menggunakan metode analisis isi dan seringkali mengangkat tema tentang berita atau komunikasi politik. Misalkan saja, Almunaware, Regar, & Senduk (2015) pernah melakukan penelitian berjudul “Analisis Isi Berita Kontroversi Basuki Tjahaja Purnama Dalam Konteks Pengangkatan Gubernur DKI Jakarta Pada Surat Kabar *Tribun Manado*”. Penelitian mereka ini dilakukan karena banyaknya surat kabar yang memberitakan mengenai kontroversinya pengangkatan Basuki Tjahaja Purnama atau sering disapa dengan panggilan Ahok sebagai Gubernur DKI Jakarta. Rumusan masalah yang diberikan ialah ‘bagaimana isi berita kontroversi pengangkatan Basuki Tjahaja Purnama sebagai Gubernur DKI Jakarta pada Surat Kabar Harian *Tribun Manado*?’ Mereka menggunakan teori *agenda setting* dalam penelitiannya. Metode penelitian yang digunakan adalah analisis isi kuantitatif

dengan unit analisis keseluruhan berita yang ada dalam Surat Kabar *Tribun Manado* selama bulan September sampai dengan bulan November 2014 dengan cara penelusuran dokumen. Hasil penelitian mereka menjelaskan bahwa selama September sampai pada bulan November 2014, *Tribun Manado* tidak selalu memuat berita yang mengarah kontroversial jika dilihat dari model pengagendaaan dari rapat redaksi berita *Tribun Manado*. Menurut tim peneliti, sifat netralitas pada Surat Kabar *Tribun Manado* masih baik dan memberikan isi pemberitaan secara objektif serta berimbang. Artinya, belum tentu media massa ikut serta mengangkat berita dengan cara yang kontroversial meskipun isu yang diangkat adalah tentang kontroversi politik yang cukup panas.

Selain itu, metode analisis isi juga seringkali digunakan untuk melihat bagaimana kecenderungan media menyajikan berita kepada khalayak mereka. Misalkan saja, Nurhayati, Ardianto, & Komariah (2000) juga melakukan penelitian mengenai pemberitaan politik di media massa cetak dan umpan balik masyarakat. Rumusan masalah dari penelitian ini adalah berapa banyak frekuensi pemberitaan politik di harian *Republika* dan umpan balik masyarakat pada sebelum dan sesudah terjadinya reformasi?. Tujuan dari penelitian ini antara lain: (1) untuk mengetahui frekuensi pemuatan berita "*Straight News*" yang bernuansa politik sebelum dan sesudah reformasi, (2) untuk mengetahui frekuensi pemuatan berita "feature/artikel/profile" yang bernuansa politik sebelum dan sudah reformasi, (3) untuk mengetahui frekuensi pemuatan berita "*Straight News*" yang bersifat "*top down*" yang bernuansa politik sebelum dan sesudah reformasi, (4) untuk mengetahui frekuensi pemuatan berita "*Straight News*" yang bersifat "*bottom up*" yang bernuansa politik sebelum dan sesudah reformasi, (5) untuk mengetahui frekuensi

pemuatan berita yang bersifat informatif yang bernuansa politik sebelum dan sesudah reformasi, (6) untuk mengetahui frekuensi pemuatan berita yang bersifat edukatif yang bernuansa politik sebelum dan sesudah reformasi, dan (7) untuk mengetahui frekuensi pemuatan umpan balik masyarakat dalam bentuk surat pembaca yang bernuansa politik sebelum dan sesudah reformasi.

Penelitian Nurhayati, Ardianto, dan Komariah (2000) tersebut menggunakan metode analisis isi deskriptif dengan unit analisis pemberitaan surat kabar *Republika* yang terbit pada bulan April, dan Mei (sebelum reformasi) dan Juni, Juli (sesudah reformasi), dan keseluruhannya berjumlah 120 eksemplar. Sampel diambil sebanyak 16% dan populasi secara acak sederhana, keseluruhan sampel yang diteliti adalah 20 eksemplar. Ada beberapa kesimpulan yang dapat ditarik dari penelitian ini sesuai dengan rumusan serta tujuan penelitian yaitu, frekuensi pemuatan berita politik di Harian *Republika* mengalami peningkatan sesudah terjadinya reformasi, bentuk berita politik di Harian *Republika* yang mengalami peningkatan frekuensi pemuatannya sesudah terjadi reformasi adalah bentuk tulisan *Straight News* (berita langsung), feature/artikel dan profile, frekuensi pemuatan berita politik *top down* (pemerintah) dan *bottom up* (rakyat) mengalami peningkatan sesudah terjadinya reformasi, frekuensi pemuatan berita politik yang bersifat informatif mengalami peningkatan sesudah terjadinya reformasi. Frekuensi pemuatan berita politik yang bersifat edukatif mengalami penurunan sesudah terjadinya reformasi, dan yang terakhir umpan balik masyarakat dalam bentuk surat pembaca sebagai wujud partisipasi politik rakyat dalam politik mengalami peningkatan sesudah terjadinya reformasi. Riset tersebut berhasil menjelaskan pasang-surutnya *agenda media* terkait dengan isu politik.

Selain itu, penelitian tentang *agenda setting* tidak selamanya hanya digunakan untuk meneliti surat kabar. Misalkan saja, Natasha (2013) melakukan penelitian tentang majalah *GoGirl!* yang berjudul “Analisis Isi Rubrik ‘Indonesia Banget’ pada Majalah *Gogirl!* Tahun 2013 Tentang Tradisi Di Indonesia”. Tujuan penelitian Natasha ini adalah untuk mengetahui apakah terdapat perbedaan dalam penulisan dan kualitas isi dari setiap konten yang diangkat didalam rubrik ‘Indonesia Banget’ pada majalah *GoGirl!* periode terbitan sepanjang tahun 2013. Kesimpulan yang dapat diambil dari penelitian tersebut adalah konten yang dimuat di majalah *GoGirl!* dalam rubrik ‘Indonesia Banget’ lebih berisi tentang tradisi-tradisi dan kebiasaan-kebiasaan unik yang hanya ditemui di Indonesia. Narasi dibuat singkat tetapi diperjelas dengan adanya visualisasi dengan topik yang selalu berbeda-beda di setiap edisinya. Topik yang diangkat pun bersifat positif, mencerminkan keinginan majalah *GoGirl!* yang tidak hanya mengedepankan sisi hiburan, tetapi juga sisi wawasan dan pengetahuan. Banyaknya tradisi dan kebudayaan yang dimiliki Indonesia, membuat majalah *GoGirl!* melihat hal ini sebagai sesuatu yang menarik untuk diulas. Penelitian ini juga menjelaskan bahwa agenda media, terutama dalam kasus berita non-politik, memiliki kecenderungan

Dari ketiga penelitian terdahulu tersebut, dapat disimpulkan bahwa penelitian tentang *agenda setting* pada dasarnya tidak harus selalu tentang berita politik, tapi juga dapat digunakan untuk riset yang lebih luas, yaitu tentang analisis isi berita secara umum, mulai dari isu yang berat semacam politik hingga isu yang ringan seperti gaya hidup. Sayangnya, sejumlah riset tersebut tidak menjelaskan sejauh mana *agenda setting* yang dilihat dari isi pemberitaan (baik berita politik ataupun

gaya hidup) dapat dikategorikan sebagai praktik tabloidisasi yang dilakukan oleh media massa.

Riset yang dilakukan oleh Nusantari (2013) merupakan salah satu penelitian di Indonesia yang mengangkat konsep tabloidisasi berita di media massa Indonesia. Lebih lanjut, ia membahas tentang tabloidisasi dalam pemberitaan televisi yaitu berita pemilihan Gubernur DKI Jakarta pada Program *Metro Hari Ini* dan *Kabar Petang* Juni-September 2012. Penelitian ini merupakan penelitian kuantitatif dengan metode analisis isi kuantitatif (*quantitative content analysis*). Pengumpulan data dilakukan dengan mengumpulkan data berita di program acara *Metro Hari Ini* dan *Kabar Petang* ini dilakukan dengan mengumpulkan rekaman tayangan kedua program acara yang dihimpun melalui data rekaman Komisi Penyiaran Indonesia (KPI) Pusat. Untuk membuktikan adanya tabloidisasi dalam berita Pemilu DKI Jakarta 2012 yang ditayangkan dua stasiun televisi berita tersebut, Nusantari merumuskan komponen tabloidisasi, antara lain: Trivialisasi, Level Faktualitas, Sensasionalisme, Tipe Aktor, dan Personalisasi. Sama seperti penelitian yang dilakukan peneliti, tabloidisasi dalam penelitian Nusantari tersebut dimaknai sebagai penurunan standar jurnalistik dari segi orientasinya terhadap nilai-nilai hiburan. Hasil dari penelitian milik Nusantari (2013) ini menunjukkan bahwa tabloidisasi memang dapat ditemukan dalam berita Pemilu DKI Jakarta 2012 yang ditayangkan dua stasiun televisi berita Indonesia, *Metro Hari Ini (Metro TV)* dan *Kabar Petang (TVOne)*. Hasil penelitian ini didukung dengan temuan bahwa hampir semua berita selalu menggunakan komponen tabloidisasi, minimal satu komponen. Sayangnya, temuan dari riset ini hanya terbatas pada berita politik dan dalam konteks Pemilu DKI Jakarta 2012 sehingga kita tidak dapat melihat

apakah praktik semacam ini memang hanya terjadi dalam berita politik atau juga pada berita yang lebih umum lainnya.

Peneliti lain yang melakukan penelitian mengenai tabloidisasi adalah Ndirangu (2015). Ia membahas tentang munculnya tabloidisasi di dalam industri surat kabar di Kenya. Penelitian tersebut menggunakan metode analisis isi dan tiga teori utama yaitu *agenda setting*, *uses and gratifications*, dan *framing*. Tujuan dari penelitian tersebut adalah untuk menyelidiki status tabloidisasi dalam pemberitaan dalam surat kabar di Kenya, untuk meneliti penggunaan tabloidisasi dalam berita, informasi, dan hiburan di Kenya, dan untuk melakukan pencarian penyebaran tabloidisasi dalam berita di Kenya. Terdapat tiga pertanyaan penelitian dalam penelitian tersebut, yaitu (1) apakah ada jurnalisme tabloid berkembang di industri surat kabar Kenya? (2) Apa saja faktor yang mempengaruhi adanya tabloidisasi berita dan apakah faktor tersebut dapat dikendalikan? (3) Apa saja strategi penyebaran, aksesibilitas, dan dampak tabloidisasi berita di Kenya?. Penelitian Ndirangu (2015) ini dilakukan pada surat kabar *The Nairobiian* dengan alasan *The Nairobiian* adalah surat kabar yang berkembang pesat di Kenya. Ia mengambil sampel 65 artikel berita dari periode Maret 2013 sampai Oktober 2015. Hasil dari penelitian tersebut menunjukkan bahwa tabloidisasi berita terjadi di Kenya, salah satunya terjadi pada surat kabar *The Nairobiian*. Tabloidisasi dengan jelas dapat dilihat dari tajuk utamanya. Menurut Ndirangu (2015), *The Nairobiian* juga banyak menyajikan artikel tentang hiburan, seks, skandal, kejahatan, selebriti, olahraga, kehidupan malam, fantasi dan serangan luar angkasa, horor, *gore*, dan menyelidiki kehidupan pribadi orang. Selain itu, *The Nairobiian* menggunakan sensasionalisme sebagai alat untuk menarik minat publik.

Sementara itu, dalam penelitian ini, peneliti melakukan studi analisis isi untuk mengetahui implementasi praktik tabloidisasi oleh media agregasi (dalam hal ini *Line Today*) yang mana masih jarang dilakukan, terutama di Indonesia. Kebanyakan penelitian terdahulu tentang *Line Today* adalah untuk melihat sejauh mana konten yang mereka sajikan dapat memenuhi kebutuhan informasi khalayaknya atau hanya tentang konten yang disajikan oleh media agregasi ini. Misalkan saja riset milik Perdana (2017), yang mengangkat topik mengenai pengaruh penggunaan *Line Today* terhadap pemenuhan informasi politik. Atau, riset yang dilakukan oleh Parahita (2013), tentang tingkat keberimbangan berita dalam rubrik *News dan Showbiz* yang dipublikasikan ulang dalam *Line Today*.

Berdasarkan referensi dari sejumlah riset terdahulu tadi, penelitian kali ini mencoba mengisi celah penelitian sebelumnya dengan mengambil sudut pandang baru terkait dengan *agenda setting* media dalam konteks tabloidisasi yang dilakukan oleh media agregasi. Di sini, peneliti akan menggunakan teori *agenda setting* dan konsep tabloidisasi untuk membedah praktik tersebut dalam media agregasi *Line Today*.



Tabel 2.1 Penelitian Terdahulu

NO	Judul	Hasil	Relevansi
1	Analisis Isi Berita Kontroversi Basuki Tjahaja Purnama Dalam Konteks Pengangkatan Gubernur Dki Jakarta Pada Surat Kabar <i>Tribun Manado</i>	Selama September sampai pada bulan November 2014, <i>Tribun Manado</i> tidak selalu memuat berita yang mengarah kontroversial jika dilihat dari model pengagendaan dari rapat redaksi berita <i>Tribun Manado</i> . Sifat netralitas pada Surat Kabar <i>Tribun Manado</i> masih baik dan memberikan isi pemberitaan secara objektif serta berimbang.	Sama-sama menggunakan analisis isi untuk meneliti media. Penelitian ini juga sama-sama menggunakan teori <i>agenda setting</i> .
2	Analisis Isi Pemberitaan Politik di Media Massa dan Umpan Balik Masyarakat	Frekuensi pemuatan berita politik di <i>Harian Republika</i> mengalami peningkatan sesudah terjadinya reformasi, bentuk berita politik di <i>Harian Republika</i> yang mengalami peningkatan frekuensi pemuatannya sesudah terjadi reformasi adalah bentuk tulisan <i>Straight News</i> (berita langsung), feature/artikel dan profile, frekuensi pemuatan berita politik <i>top down</i> (pemerintah) dan <i>bottom up</i> (rakyat) mengalami peningkatan sesudah terjadinya reformasi, frekuensi pemuatan berita politik yang bersifat informatif mengalami peningkatan sesudah terjadinya reformasi. Frekuensi pemuatan berita politik yang bersifat edukatif mengalami penurunan sesudah terjadinya reformasi, dan yang terakhir umpan balik masyarakat dalam bentuk surat pembaca sebagai wujud partisipasi politik rakyat dalam politik mengalami peningkatan sesudah terjadinya reformasi. Riset ini berhasil menjelaskan pasang-surutnya agenda media terkait dengan isu politik.	Sama-sama menggunakan analisis isi untuk meneliti media.
3	Analisis Isi Rubrik “Indonesia Banget” Pada Majalah <i>Gogirl!</i> Tahun 2013 Tentang Tradisi Di Indonesia	Konten yang dimuat di majalah <i>GoGirl!</i> dalam rubrik ‘Indonesia Banget’ lebih berisi tentang tradisi-tradisi dan kebiasaan-kebiasaan unik yang hanya ditemui di Indonesia. Narasi dibuat singkat tetapi diperjelas dengan adanya visualisasi dengan topik yang selalu berbeda-beda di setiap edisinya. Topik yang diangkat pun bersifat positif, mencerminkan keinginan majalah <i>GoGirl!</i> yang tidak hanya mengedepankan sisi hiburan, tetapi juga sisi wawasan dan pengetahuan.	Sama-sama menggunakan analisis isi untuk meneliti media. Selain itu, penelitian ini juga ingin melihat apakah ada penurunan kualitas konten dalam media.

4	Tabloidisasi dalam Pemberitaan Televisi (Analisis Isi Terhadap Berita Pemilihan Gubernur DKI Jakarta pada Program <i>Metro Hari Ini</i> dan <i>Kabar Petang</i> Juni-September 2012)	Tabloidisasi memang dapat ditemukan dalam berita Pemilukada DKI Jakarta 2012 yang ditayangkan dua stasiun televisi berita Indonesia, <i>Metro Hari Ini (Metro TV)</i> dan <i>Kabar Petang (TVOne)</i> . Hasil penelitian ini didukung dengan temuan bahwa hampir semua berita selalu menggunakan komponen tabloidisasi, minimal satu komponen.	Sama-sama menggunakan analisis isi untuk membuktikan adanya tabloidisasi yang dilakukan media.
5	<i>The Rise Of Tabloidization Of News In Kenya- A Case Study Of The Nairobiian</i>	Tabloidisasi berita terjadi di Kenya, salah satunya terjadi pada surat kabar <i>The Nairobiian</i> . Tabloidisasi dengan jelas dapat dilihat dari tajuk utamanya. <i>The Nairobiian</i> juga banyak menyajikan artikel tentang hiburan, seks, skandal, kejahatan, selebriti, olahraga, kehidupan malam, fantasi dan serangan luar angkasa, horor.gore, dan menyelidiki kehidupan pribadi orang. Selain itu, <i>The Nairobiian</i> menggunakan sensasionalisme sebagai alat untuk menarik minat publik.	Sama-sama menggunakan analisis isi dan teori <i>agenda setting</i> untuk membuktikan adanya tabloidisasi dalam media.
6	Pengaruh Penggunaan <i>Line Today</i> Terhadap Pemenuhan Informasi Politik (Studi kepada PemilihPemula Pada Pilkada DKI Jakarta 2017)	penggunaan <i>Line Today</i> terhadap pemenuhan kebutuhan informasi politik pada pemilih pemula Pilkada DKI Jakarta 2017 memiliki pengaruh yang kuat.	Sama-sama penelitian kuantitatif yang meneliti <i>Line Today</i> .
7	Analisis Isi Tingkat Keberimbangan Berita Rubrik <i>News Dan Showbiz</i> Yang Disajikan Dalam Portal Berita <i>Line Today</i>	Keberadaan unsur keberimbangan dalam pemberitaan tersebut masih terasa timpang. berita <i>LINE Today</i> selama periode 28 Januari 2019 - 10 Februari 2019, dapat disimpulkan menerapkan keberimbangan dengan cara yang berbeda. Keberimbangan tidak disajikan dalam ruang dan waktu yang sama, melainkan secara bertahap dalam berita-berita pemutakhiran	Sama-sama menggunakan analisis isi untuk meneliti berita di <i>Line Today.S</i>

Sumber: Olahan Penulis

## 2.2. Kerangka Teori

### 2.2.1. Teori *Agenda Setting*

Teori *agenda setting* pertama kali digagas oleh Maxwell McCombs dan Donald Shaw tahun 1972 dalam penelitiannya, “*The Agenda-Setting Function of the Mass Media.*” Dalam penelitian McComb dan Shaw (1972) tersebut dijelaskan bahwa masyarakat cenderung menilai sesuatu penting, sebagaimana media massa menganggap hal tersebut penting. Sebaliknya, jika isu tersebut tidak dianggap penting oleh media massa, maka isu tersebut juga menjadi tidak penting bagi diri mereka.

Konsep dari *agenda setting* adalah publik atau *audience* mempelajari bahwa apa yang terpenting dari prioritas sebuah media sama bobotnya dengan agenda pribadi mereka. Menurut Ari Cahyo Nugroho (2012), teori *agenda setting* menyatakan media massa berlaku sebagai pusat penentuan kebenaran dengan kemampuannya untuk mentransfer dua elemen yaitu kesadaran dan informasi ke dalam agenda publik dengan mengarahkan kesadaran publik serta perhatiannya kepada isu-isu yang dianggap penting oleh media massa. Selain itu, menurut Everett Rogers dan James Dearing (1988), *agenda setting* merupakan proses linier yang terdiri atas tiga tahap, yaitu: yang pertama adalah agenda media, yang kedua adalah agenda publik, dan yang terakhir adalah agenda kebijakan (*policy agenda*).

Menurut Rogers dan Dearing (1988), agenda media (*media agenda*) adalah penentuan prioritas isu oleh media massa. Ketiga tahapan *agenda setting* saling berhubungan dan saling mempengaruhi satu sama lain. *Media agenda*

dalam cara tertentu akan mempengaruhi atau berinteraksi dengan apa yang menjadi pikiran publik maka interaksi tersebut akan menghasilkan ‘agenda publik’. Agenda publik akan berinteraksi sedemikian rupa dengan apa yang dinilai penting oleh pengambil kebijakan, yaitu pemerintah, dan interaksi tersebut akan menghasilkan agenda kebijakan (*policy agenda*). Agenda media akan mempengaruhi agenda publik, selanjutnya agenda publik akan mempengaruhi agenda kebijakan.

Penelitian ini menggunakan teori *agenda setting* karena *Line Today* sebagai media pada dasarnya menentukan konten berita yang disajikan kepada pembaca. Praktik ini selaras dengan asumsi teori *agenda setting* milik McComb dan Shaw (1972) bahwa masyarakat cenderung menilai sesuatu penting, sebagaimana media massa menganggap hal tersebut penting. Sebaliknya, jika isu tersebut tidak dianggap penting oleh media massa, maka isu tersebut juga menjadi tidak penting bagi diri masyarakat. Praktik yang sama berlaku pada *Line Today* dan berita yang mereka agregasi serta selanjutnya mereka sajikan kepada pembacanya.

*Line Today* memang tidak memproduksi beritanya sendiri, mereka mendapatkan berita dengan melakukan agregasi atau mengambil berita dari portal berita lain . Namun, dalam melakukan proses agregasi, *Line Today* menentukan berita apa yang penting untuk disajikan bagi pembaca. Selain itu, setiap harinya *Line Today* mengirimkan beberapa judul berita utama kepada pembaca melalui *chat* sehingga dapat dipahami bahwa agregasi yang mereka lakukan adalah bentuk lain dari praktik *agenda setting* tadi.

### 2.2.2. News Aggregator

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. Dalam terminologi perkomputeran agregator sendiri disebut sebagai pengumpul. Secara definisi adalah suatu layanan web yang mengumpulkan isi web tersindikasi seperti tajuk berita, blog, podcast, dan vlog pada suatu lokasi agar mudah untuk dibaca (Saputra, 2016).

Salah satu *news aggregator* yang ada di Indonesia adalah *Line Today*. Dalam hal ini *Line Today* adalah jenis *news aggregator* yang kedua. Hal ini dikarenakan dalam menyajikan konten beritanya, *Line Today* tidak terbatas pada mengumpulkan konten-konten berita dengan menyaring topik yang sedang panas, tetapi juga memberikan variasi fasilitas berupa pengelompokan kategori berita yang ditawarkan kepada para penggunanya. *News aggregator* ini mempermudah masyarakat untuk mencari berita. Masyarakat atau pengguna aplikasi *Line Today* tidak perlu lagi menjelajah ke berbagai situs berita dalam mencari informasi karena sudah tersedia dalam satu aplikasi.

Kegiatan jurnalisme yang dilakukan *news aggregator* berbeda dengan praktik kurasi. Wendratama (2017, p. 95) menyebutkan, kurasi dalam

jurnalisme terdiri atas tiga langkah, yaitu mengumpulkan berbagai artikel atau konten dari sumber daring ataupun jurnalis lapangan, menganalisis konten untuk menentukan mana yang paling mewakili suatu cerita, lalu menampilkan pilihan konten itu dalam bentuk poin-poin atau dalam bentuk alinea naratif. Dalam agregasi, mencari informasi juga dapat dilakukan melalui media sosial seperti *Facebook*, *twitter* dan lain sebagainya. Walaupun mirip dengan praktik kurasi, *Line Today* tidak memproduksi beritanya sendiri. Sedangkan kurasi dalam jurnalisme, mengambil konten dari sumber lain untuk menjadikannya suatu berita.

Persoalannya, bagaimana dengan praktik agregasi berita yang dilakukan oleh media yang dasarnya bukan organisasi pers? Misalkan saja dalam kasus *platform instant messenger Line* yang memiliki fitur agregator berita *Line Today*. Pertanyaannya, sejauh mana praktik agregator yang dilakukan oleh organisasi non-pers semacam *Line* ini dapat dilihat sebagai *agenda setting*? Lalu, sejauh mana juga kita dapat melihat adanya praktik tabloidisasi di dalam praktik agregator yang mereka sajikan?

### **2.2.3. Tabloidisasi**

Frank Esser (1999) menjelaskan bahwa tabloidisasi adalah hasil langsung dari 'komersialisasi media,' yaitu ketika tujuan utama konten berita adalah untuk diperdagangkan, sehingga proses produksi berita sering mendapatkan tekanan dari para pengiklan guna menjangkau khalayak yang besar. Selain itu, fenomena semacam ini juga sebagai tanda dari kecemasan para jurnalis soal

bagaimana mereka dapat mempertahankan profesional mereka sekaligus tetap mempertahankan khalayak media serta produknya di era teknologi saat ini, hingga seringkali tabloidisasi ini dianggap sebagai upaya sistematis untuk terhubung dengan khalayak (Rowe dalam Allan, 2009, p, 359). Dalam penelitiannya, Esser (1999) juga menyebutkan istilah 'tabloid' awalnya mengacu pada merek dagang farmasi dalam bentuk pil atau tablet. Efek 'narkotika' dari tabloid ini dan fakta yang 'mudah ditelan' pada nantinya diadopsi pada cara kerja media. Menurutnya, istilah ini lalu mulai digunakan pada awal abad ke dua puluh di London, Inggris serta merujuk pada ukuran surat kabar yang dapat dengan mudah dibaca di kereta api dan bus.

Dalam penelitian yang dilakukan oleh Zulfiningrum (2012), disebutkan pula bahwa tabloidisasi atau 'pentabloidan' berita dan isu terhangat di masyarakat dalam media merupakan proses penggabungan antara 'informasi' dengan 'entertainment' atau 'emosi' dengan 'entertainment' dari pada sajian berita '*hard news*' atau '*indepth news*'. Hal ini merupakan proses penurunan dari jurnalistik tradisional dan memunculkan antusiasme baru karya jurnalistik dalam bentuk budaya populer. Dalam risetnya, Zulfiningrum menemukan bahwa pers di Indonesia tidak terbebas dari praktik tabloidisasi semacam ini.

Selain itu, menurut Rowe (dalam Allan, 2009, p 353) praktik tabloidisasi dapat dilihat dari sejumlah indikator seperti adanya pengurangan teks dalam halaman utama dan digunakan untuk iklan (*space budget*). Organisasi pers memproduksi berita yang ringan di tempat yang seharusnya digunakan untuk berita yang penting. Indikator lainnya adalah lebih banyak menggunakan

media visual seperti gambar, foto, dan diagram. Judul berita biasanya dibuat besar-besar dan sensasional untuk menarik perhatian pembacanya.

Lebih lanjut, Rowe (dalam Allan, 2009, p 359) menyebutkan bahwa penyebab adanya tabloidisasi pada media adalah tekanan dan persaingan pasar yang kuat. Faktor perubahan teknologi seperti digitalisasi fotografi, dan peningkatan warna yang disebabkan oleh infrastruktur pencetakan baru, mendorong penggunaan lebih banyak materi visual. Selain itu, masuknya internet yang dapat dengan cepat memberikan pesan maupun informasi baik secara tekstual, fotografi, dan video maupun audio juga ikut memengaruhi praktik tabloidisasi. Saat ini pun media konvensional mulai kepayahan untuk mengikuti permintaan konsumsi berita masyarakat yang ingin serba cepat dan mudah, meskipun pada akhirnya kualitas jurnalisme justru yang dikorbankan demi kecepatan berita tadi. Namun, Tabloidisasi berbeda dengan jurnalisme kuning (*yellow journalism*). Jurnalisme kuning didominasi oleh aspek-spek bersifat sensasi, sadis, vulgar dan bahkan cabul yang didramatisir begitu rupa, jauh dari realita sesungguhnya (Malik, 2018).

Di Indonesia sendiri, banyak media yang sudah (mulai) mempraktikkan tabloidisasi, baik cetak, radio, televisi, dan yang paling rentan adalah media daring terutama karena tuntutan kecepatan dan pola konsumsi masyarakat yang senang dengan berita hiburan. Dalam mengkonsumsi berita, masyarakat secara perlahan juga sudah mulai beralih dari media massa konvensional ke media daring ataupun media sosial. Oleh karena itu, penelitian ini dilakukan untuk membuktikan adanya tabloidisasi dalam media berbasis aplikasi *mobile*, terutama media agregasi berita semacam *Line Today*. Untuk membuktikannya,



peneliti menggunakan dua penelitian tentang tabloidisasi milik Frank Esser dan Celine Storstad Gran sebagai acuan utama dalam pengembangan kerangka konseptual.

Frank Esser (1999) sebelumnya pernah melakukan penelitian dengan membandingkan tabloidisasi berita dalam dunia jurnalisme di Amerika Serikat dan Jerman. Dalam penelitiannya, Esser (1999) membagi jenis-jenis berita ke dalam tujuh kategori, yaitu politik (dalam negeri); editorial; berita internasional, olahraga; seni, buku, musik/film, video; ilmu pengetahuan; teknologi; dan bisnis. Sementara itu, dalam penelitiannya Gran (2015) melakukan penelitian tentang tabloidisasi dalam media massa (cetak dan online) yang terjadi di Norwegia. Ia memilih empat surat kabar Norwegia yaitu, *Verdens Gang (VG)*, *Dagbladet*, *Aftenposten* dan *Dagens Næringsliv (DN)* sebagai sampel karena sirkulasi cetak maupun onlinenya yang tinggi. Dalam penelitiannya, Gran membuat *codebook* untuk mengukur variabel yang terkait dengan tabloidisasi. Sebanyak 27 variabel dan kategori dikembangkannya untuk mengukur tingkat tabloidisasi di *Verdens Gang (VG)*, *Dagbladet*, *Aftenposten* dan *Dagens Næringsliv (DN)*. Ke 27 kategori itu adalah *Coder id*, *Article number*, *Platform*, *News\_type*, *Newspaper*, *News\_tot*, *Date*, *Page*, *Section*, *Space*, *Position*, *Type\_story*, *Topic*, *Nat\_int*, *Type\_issue*, *Photographs*, *Graphics*, *Video*, *Visual\_place*, *Head\_size*, *Head\_place*, *Head\_colour*, *Text*, *Language*, *Tone*, *R\_W\_relation*, dan *Actor\_rep*.

Peneliti meminjam kategorisasi milik Gran (2015) untuk membuktikan melihat bagaimana praktik tabloidisasi dalam agregasi berita *Line Today*. Namun, tidak semua kategori diadaptasi oleh peneliti. Peneliti melakukan

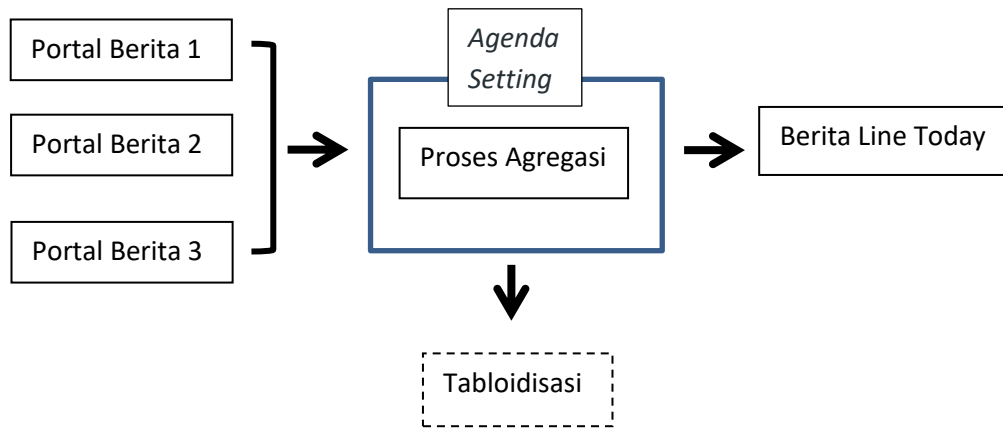
penyesuaian dengan penelitian yang dilakukan hingga akhirnya kategorisasi yang digunakan hanya sembilan kategori, terdiri dari kategori *Space, Type of Story, Topic Related, Category, Type Issue, Language, Tone, R\_W Relationship, dan Actor Rep.* Pemilihan kategorisasi ini terutama dilakukan agar sesuai dengan format *platform* agregasi berita Line Today (yang berbasis *mobile app*) dan bukan ‘murni’ organisasi pers serta tidak menggunakan *platform* tradisional.

### **2.3. Alur penelitian**

Bagan di bawah (Gambar 2.1) menampilkan alur penelitian yang akan digunakan penulis dalam melakukan riset untuk mengetahui gambaran praktek tabloidisasi sebagai bagian dari *agenda setting* dari praktik agregasi oleh *Line Today*.

Sebagai *news aggregator Line Today* hanya melakukan agregasi dari berbagai portal berita untuk kemudian disajikan kembali kepada pengguna aplikasi *Line*. Walaupun *Line Today* ‘hanya’ mengambil berita dari portal berita lain, peneliti memiliki asumsi bahwa pada dasarnya ada proses *gatekeeping* dalam agregasi berita yang dilakukan oleh *Line Today*. Proses *gatekeeping* inilah yang merupakan *agenda setting* dari *Line Today*. Praktik tabloidisasi terjadi dalam pemilihan berita atau proses agregasi yang dilakukan *Line Today* dari berbagai portal berita. Penelitian ini dilakukan untuk membuktikan apakah benar terjadi tabloidisasi dalam praktik agregasi sebagai bagian dari *agenda setting Line Today*.

Gambar 2.1 Alur Penelitian



Sumber: Olahan Penulis