BAB II

KERANGKA TEORI

2.1 Penelitian Terdahulu

Penelitian terdahulu yang pertama berasal dari artikel ilmiah “Melipat Indonesia Dalam Berita Televisi: Kritik Atas Sentralisasi Penyiaran” oleh Remotivi. Artikel ilmiah ini membahas mengenai sentralisasi terjadi di Indonesia dengan data yang diperoleh berdasarkan 10 stasiun televisi sebagai bahan penelitian. Sentralisasi yang terjadi, dan bertolak belakang atas demokrasi yang dipegang menjadi dasar pembicaraan dalam penelitian ini. Implikasi dari sebuah berita untuk kepentingan orang banyak berhubungan erat dengan masyarakat sebagai akhir dari pengambil keputusan harus memiliki nilai dan konteks yang jelas untuk dikonsumsi.

Membahas mengenai Undang-Undang Dasar Nomor 32 Tahun 2002 tentang penyiaran, dan mengenai informasi adalah hak publik dan harus dipenuhi. Jurnal ini mengkritik praktik yang terjadi di lapangan. Dengan perolehan data mengenai sentralisasi, penelitian ini menunjukkan kurangnya keberagaman pemberitaan, dan cenderung berfokus pada daerah seperti Jabodetabek. Konteks demokrasi yang seharusnya semua orang mendapatkan hak atas informasi luput dari Undang-Undang yang dipegang, dan dibahas pada penelitian ini.

Penelitian ini menggunakan pendekatan *convenience sampling*, dengan menjadikan item berita sebagai sampel. Sampel yang diambil adalah (1) daerah asal berita, dimana berita tersebut datang, (2) dimensi berita, mengenai sifat nasional atau lokal, dan (3) topik berita, berita apa aja yang mewakili daerah atau nasional. Data yang didapat kemudian dikelompokkan, dan disimpulkan apakah terjadi sentralisasi di media televisi atau tidak untuk menunjukkan apakah keberagaman berita muncul dalam pemberitaan di media televisi.

Walau penelitian ini melakukan kritik terhadap praktik sentralisasi yang ada, penelitian ini juga memberikan sudut pandang lain mengenai keragaman berita. Penelitian ini menunjukkan persoalan sentralisasi pemberitaan yang ada pada media televisi, hal tersebut juga bersangkutan mengenai keragaman berita yang diberitakan oleh media televisi. Penelitian terdahulu ini membantu penulis untuk mengambil sudut pandang keragaman berita, namun dilihat dari media daring dengan melihat dari poin asal berita dan topik berita.

Penelitian terdahulu yang kedua berasal dari artikel jurnal "*Diversity in Online News*" oleh Edda Humprecht dan Frank Esser. Artikel jurnal ini membahas mengenai sebuah keragaman berita pada sebuah media dengan berbagai aspek. Artikel jurnal tersebut mengungkapkan bahwa faktor yang memengaruhi dari sebuah keragaman berita pada media adalah organisasi tersebut, kepentingan media, kepemilikan, kepentingan politik, lingkungan kerja dari media tersebut sendiri serta minat dari audien.

Dalam jurnal tersebut, penulis mengungkapkan bahwa sebuah keragaman berita dapat diperoleh dengan sumber dari luar negeri. Hal tersebut diungkapkan bagaimana keragaman berita di Singapura, Canada dan negara Eropa lain memiliki keragaman lebih banyak dari pada Amerika. Namun, hal tersebut juga berkaitan mengenai *self-centrality* yang dianut sebuah negara dalam membuat berita. Sehingga keragaman berita yang diambil dari sumber luar negeri tergantung dari masing-masing negara.

Selain itu, hal lain yang memengaruhi sebuah keragaman berita adalah perspektif dari seorang jurnalis dalam membuat sebuah berita. Dalam jurnal tersebut menyebutkan bahwa terdapat dua cara jurnalis dalam menulis berita, yang pertama adalah dengan menggunakan satu alur cerita dan alur cerita yang bertingkat. Dengan alur berita yang bertingkat akan membuat perspektif berita menjadi lebih banyak, sehingga berita yang dihasilkan pun beragaman, tidak seperti dengan menggunakan satu alur cerita.

Penelitian ini mengungkapkan bahwa keragaman berita tidak hanya berasal dari kepemilikan media itu sendiri, namun dari perspektif seorang jurnalis atau standar dari seorang jurnalis dan preferensi audien. Media juga melihat jenis berita apa yang menjadi daya tarik audien, sehingga berita yang dibuat akan berdasarkan preferensi audien. Hal tersebut dilakukan untuk menaikkan nilai dari sebuah media dengan berfokus pada finansial dari sebuah media.

Dari poin-poin tersebut, dapat disimpulkan bahwa sebuah keragaman memiliki beberapa aspek, diantaranya adalah asal berita yang berasal dari dalam dan luar negeri, serta jenis-jenis berita yang dibuat oleh jurnalis itu sendiri.

Dari situ terlihat bagaimana keragaman berita pada sebuah media memiliki berbagai aspek yang perlu dilihat. Seperti bagaimana sebuah negara berfokus pada pemberitaan dalam negeri dari pada luar negeri, namun pemberitaan luar negeri tetap diberitakan guna menarik pembaca yang tertarik akan berita luar negeri. Penelitian terdahulu tersebut membantu penulis untuk mendapatkan indikator yang akan diteliti dalam penelitian ini, seperti topik utama berita, jenis berita, dan asal berita (dalam negeri/luar negeri).

Penelitian terdahulu yang ketiga berasal dari jurnal "*A Study of Content Diversity in Online Citizen Journalism and Online Newspaper Articles*" oleh Serena Carpenter. Jurnal ini sendiri membahas bagaimana keragaman pada media daring lebih beragam dari pada media konvensional, seperti surat kabar. Dalam penelitian tersebut terdapat tiga poin yang menjadi bahasan keragaman isi, yaitu (1) topik berita, (2) penggunaan *hyperlink*, dan (3) elemen atau atribut interaktif pada media.

Penelitian terdahulu ini juga mengungkapkan bahwa, dengan penggunaan media daring, keberagaman isi berita menjadi lebih beragam. Dengan menggunakan analisis isi kuantitatif sebagai metodologinya, peneliti ingin menentukan keberagaman mana yang lebih bervariasi dengan membandingkan media daring dari sudut jurnalisme warga dan surat kabar. Menggunakan populasi

berita pada media yang dipilih, penelitian ini membandingkan 480 artikel surat kabar dan 482 artikel jurnalisme warga.

Dalam penelitian ini, keberagaman isi diwakili oleh *citizen online journalists* dan media daring, yang dibandingkan dengan media konvensional. Dengan tiga poin yang disebutkan, peneliti menggunakan poin topik berita sebagai referensi indikator yang dipakai dalam penelitian ini.

2.2 Teori dan Konsep

2.2.1 Media Daring

Dalam era digital kita mengenal media berbasis internet dengan media daring atau media online. Menurut Bolter dan Grusin dalam Flew (2014, p. 2) media daring sendiri merupakan pengembangan media lama atau media konvensional dalam menjawab perkembangan zaman ke dalam bentuk digital, seperti radio, televisi, dan koran yang mulai bergeser ke ranah digital.

Media daring sendiri memiliki karakteristik sendiri dibandingkan media konvensional. Menurut McQuail (2010, p. 41) terdapat beberapa kriteria dalam media daring, yaitu:

1. Berbasis teknologi komputer
2. Berpotensi untuk interaktivitas
3. Terhubung dengan satu sama lain
4. Memiliki fungsi publik dan privat

5. Sebagai medium untuk berkomunikasi secara personal maupun global

Sedangkan menurut Santana (2005, p. 137), menyatakan bahwa karakteristik media daring adalah mempunyai untuk mengkombinasikan sejumlah berita dengan kemampuan internet, kurangnya tirani penulis dan pembaca, interaktivitas web, dan kecepatan akan arus informasi. Karakteristik utama lainnya dari media daring adalah penggunaan foto, video, *hyperlinks* dan *search engine* (Surya, 2010, p. 36).

Ciri khas media daring adalah penggunaan foto video yang umumnya lebih banyak dan bervariasi dari pada media konvensional. Hal tersebut bertujuan untuk melengkapi berita dengan visual yang ada, agar pembaca lebih jelas dalam mengonsumsi sebuah berita atau peristiwa tersebut (Surya, 2010, p. 47-48).

Dalam pemberitaannya, tidak jarang media daring memberikan tautan lain pada berita yang ada yang bertujuan untuk mengarahkan pembaca membaca dari satu berita ke berita lain. Tautan tersebut biasa disebut dengan istilah *hyperlinks*. *Hyperlinks* sendiri merupakan sebuah tautan dengan warna atau tanda yang jelas, yang diselipkan diantara kalimat berita. Penggunaan *hyperlinks* sendiri dapat memberikan informasi yang lebih komprehensif tentang suatu peristiwa (Surya, 2010, p. 50-51).

Tidak hanya itu, media daring juga memberikan fitur *search engine*, dimana pembaca dapat mencari berita dengan mengetik kata kunci dari suatu berita. Menurut Surya (2010, p. 54), penggunaan *hyperlinks* dapat menghemat waktu pembaca dalam mencari berita yang ingin dibaca.

Menurut Foust (2017, p. 11), hal yang menjadi daya tarik dari media daring adalah keterbaruan atau kecepatan dari berita yang diberitakan. Hal tersebut berkaitan bagaimana media daring memberitakan sebuah peristiwa, tidak lama setelah sebuah peristiwa terjadi. Berbeda dengan media konvensional yang membutuhkan keesokan harinya untuk pendistribusiannya, media daring dapat diakses secara *real time* menggunakan perangkat pintar seperti *smartphone* atau media yang berbasis internet.

2.2.2 Berita Online

Berita adalah sebuah laporan mengenai sebuah peristiwa, opini, situasi, kondisi, sesuatu yang menarik, masih baru dan harus secepatnya disampaikan kepada khalayak (Errol Jonathans dalam Sumandiria, 2005 p. 64). Menurut Assegaff dalam Sumandiria (2005, p. 64), berita merupakan fakta yang dipilih oleh staf pada sebuah redaksi untuk disiarkan dan dapat menarik perhatian pembaca. Hal tersebut menunjukkan bahwa sebuah berita merupakan laporan penting atau menarik yang perlu disampaikan kepada khalayak.

Dalam pemberitaannya, sebuah berita haruslah bersifat informatif, layak untuk dipublikasikan ke khalayak dan merupakan sebuah karya jurnalistik, bukan merupakan sebuah hasil opini dari penulis atau wartawan (Yunus, 2012 p. 47). Sehingga, dapat disimpulkan bahwa berita adalah sebuah informasi penting yang perlu diberikan kepada masyarakat dengan konten yang menarik dan merupakan hasil karya jurnalistik.

Dalam perkembangannya, media mengalami perkembangan, salah satunya adalah dalam melakukan penyampaian dengan sarana media daring atau online. Media daring sendiri merupakan sarana untuk menyebarkan informasi dengan menggunakan jaringan berbasis internet. Menurut Salwen (2006, p. 6) media daring mulai berkembang pada tahun 1990-an, dan dari situ media mengambil kemudahan penggunaan serta ketersediaannya secara umum.

2.2.3 Keragaman Berita

Keberagaman berita merupakan sebuah sarana untuk memperluas cakupan dari isu, peristiwa hingga jangkauan dari masyarakat yang dituju (Sterling, 2009). Keberagaman merupakan hal yang penting dalam komunikasi, terutama dalam sebuah konten berita yang menjadi konsumsi masyarakat. Keragaman isi sendiri merupakan relatifitas dari keanekaragaman informasi yang tersedia dalam sebuah berita (Napoli, 1999 p. 12 dalam McDonald dan Dimmick, 2003 p. 64).

Sebuah media massa sendiri memang selayaknya harus memiliki konsep keberagaman dalam proses memberitakan sebuah berita. Hal tersebut sesuai pernyataan dari Vaokes, dkk (2015, p. 582) yang menyatakan bahwa, konsep keberagaman adalah konsep yang abadi pada media massa yang ada.

Sebuah media, terutama dalam penelitian ini adalah media daring, sebenarnya memiliki kemampuan untuk menyajikan keberagaman berita yang mereka buat. Keberagaman itu sendiri meliputi dari konten, ide, perspektif, opini hingga *frame* yang diangkat (Voakes, dkk, 2015, p. 585). Hal itu juga yang menjadi

dasar bahwa sebuah berita harus mengacu pada sebuah kepentingan umum, hal itu berkaitan dengan kebutuhan masyarakat sebagai konsumen berita tersebut.

Menurut Jones (2009) dalam Remotivi (2014, p. 3), media sebagai sebuah sarana untuk komunikasi haruslah menjadi ruang dengan posisi yang setara untuk mengakses sebuah berita. Hal tersebut juga berkaitan bagaimana media menjadi sebuah sarana yang adil dalam mengakses berita, yang berarti keragaman berita dalam sebuah media merupakan salah satu cara untuk melayani masyarakat untuk menjunjung tinggi kepentingan publik (Remotivi, 2014, p. 2).

Sebuah keragaman berita dalam media dapat diukur dengan berbagai cara, pertama perbedaan ukuran sebuah berita, kedua jenis berita, ketiga format berita, dan keempat rentang geografis dari topik berita tersebut (Voakes, dkk, 2015, p. 583). Sebuah keragaman perlu diterapkan oleh berbagai media karena setiap orang memiliki ketertarikan pada topik tertentu, dan menjadi tugas sebuah media untuk menyediakan akses tersebut bagi masyarakat (Graber, 2003 dalam Carpenter, 2010, p. 1067). Hal tersebut sejalan dengan pernyataan dari Federal Communications Commission (2013, p. 19) yang terdapat dalam Napoli (2007, p. 158) yang menyatakan bahwa dengan ketersediaan keberagaman isi, memiliki kemampuan untuk mencerminkan berbagai perspektif yang berbeda.

Carpenter (2010, p. 1065) mengatakan bahwa, sebuah keragaman berita dapat diukur dengan tiga poin, yang pertama dengan topik berita, kedua dengan penggunaan *hyperlink*, dan ketiga elemen interaktif dan multimedia. Menurut Carpenter (2010, p. 1065-1067), dengan topik berita yang semakin beragam maka

akan merepresentasikan keadaan masyarakat secara keseluruhan, hal tersebut juga menunjukkan bahwa dengan banyaknya topik yang ada, menunjukkan bahwa keragaman semakin baik pada media tersebut.

Menurut Carpenter (2010, p. 1067-1069) penggunaan *hyperlink* pada sebuah berita membuat pembaca akan mendapatkan keragaman yang lebih banyak dengan menekan *link* yang diberikan pada setiap berita, sehingga pembaca akan langsung berpindah ke halaman berita lain yang menyajikan sebuah berita. Untuk elemen interaktif dan multimedia ini berkaitan dengan pengalaman pembaca saat mengunjungi sebuah portal berita yang tidak hanya disuguhkan sebuah tulisan berita, namun audio, foto, video, hingga infografis.

Dari indikator mengenai keragaman berita, penulis memilih topik berita, jenis berita, dan asal berita (dalam negeri/luar negeri). Hal tersebut berdasarkan dari penelitian terdahulu yang dipelajari, dimana keragaman isi berita dapat diukur dengan mudah berdasarkan 3 indikator tersebut.

2.2.3.1 Topik Berita

Pada indikator Topik Berita, peneliti memilihnya berdasarkan penelitian terdahulu yang dilakukan oleh Remotivi. Selain itu juga, peneliti menggunakan tolok ukur dari penelitian yang dilakukan oleh Carpenter (2010). Berbeda dengan desk berita pada media, yaitu pembagian pada *newsroom*, topik berita sendiri merupakan kategori berita berdasarkan artikel yang ditulis (Carpenter 2010, p. 1067). Berdasarkan indikator tersebut, penulis menggunakan konsep Topik Berita yang diberikan oleh Morissan (2010, p. 29-32):

a.) Keadaan Darurat

Berita yang mencangkup keadaan, seperti terjadinya bencana alam, perang, kerusuhan, kebakaran, kecelakaan atau kejahatan.

b.) Pengadilan

Berita yang memiliki tingkat kejahatan besar akan berujung pada *siding* yang besar pula. Tidak jarang, jika kasusnya menarik, maka proses persidangannya juga begitu. Contohnya adalah kasus Tommy Suharto.

c.) Pemerintahan

Keputusan pemerintah yang dapat memengaruhi hidup masyarakat. Jika tidak ada pengaruh terhadap masyarakat, maka bukan merupakan berita.

d.) Ekonomi

Berkaitan mengenai krisis ekonomi yang terjadi dan memberikan implikasi yang luas terhadap masyarakat. Mulai dari kenaikan bahan pokok, biaya hidup, pekerjaan, hingga pelayanan pemerintah yang mencangkup jalan, jembatan, sekolah, dan rumah sakit.

e.) Pendidikan

Berita yang berhubungan dengan Pendidikan seperti, pemogokan guru. Tidak jarang pula berita yang berhubungan dengan cara mengasuh anak merupakan berita pendidikan.

f.) Tren dan Musim

Mencangkup perubahan yang terjadi di masyarakat seperti angka pengangguran, tingkat kejahatan dan gaya hidup.

g.) Perayaan

Berita yang mencangkup acara keagamaan dan kebudayaan penting lainnya yang merupakan hal penting bagi komunitas atau kelompok tertentu.

h.) Cuaca

Berkaitan dengan musim, seperti terjadinya banjir karena hujan, karena berkaitan dengan cuaca yang dapat memengaruhi cara hidup masyarakat.

i.) Kesehatan

Berkaitan bagaimana sebuah berita harus mengingatkan masyarakat timbulnya sebuah penyakit, cara untuk menghindarinya, dan bagaimana cara penyembuhannya. Selain itu juga berkaitan dengan pelayanan kesehatan yang ada

j.) Lingkungan

Berita yang diangkat berkaitan dengan polusi, kebakaran hutan, pembuangan limbah, konservasi sumber alam dan lainnya.

k.) Olahraga

Berkaitan dengan acara yang berhubungan dengan dunia olahraga, seperti pertandingan informasi sebuah klub olahraga.

l.) Berita Ringan

Merupakan sebuah berita hiburan yang cenderung aneh atau pun lucu. Tidak jarang pula merupakan berita yang memberitakan orang terkenal atau selebriti.

2.2.3.2 Jenis Berita

Dimensi Jenis Berita sendiri ditemukan pada penelitian yang dilakukan oleh Voakes dkk, (2015). Indikator pada dimensi Jenis Berita menggunakan indikator yang dikemukakan oleh Morissan (2008, p. 24 – 29):

a.) *Hard News*

Hard News atau yang dikenal dengan Berita Keras, merupakan sebuah informasi penting yang harus segera diberitakan agar khalayak mendapatkan informasi tersebut secara cepat (Morissan, 2008 p. 25). Umumnya berita *Hard News* mencangkup seperti terjadinya sebuah konflik, sehingga berita harus diberikan ke khalayak atau masyarakat secepat mungkin.

b.) *Soft News*

Soft News atau yang lebih dikenal dengan Berita Lunak, merupakan sebuah informasi penting dan menarik yang harus disampaikan kepada khalayak, namun sifatnya tidak mendesak (Morissan, 2008 p. 27). Berbeda dengan *Hard News*, *Soft News* tidak akan segera memberitakan sebuah peristiwa, karena *Soft News* merupakan berita mendalam atau *indepth* yang memerlukan waktu dalam penayangannya.

2.2.2.3 Interaktif

Dimensi interaktif pada penelitian ini ditentukan berdasarkan konsep dari Carpenter (2010, p. 1069), yang menyatakan bahwa dalam lingkungan media online, penyampaian berita untuk pembaca tidak terbatas pada teks saja, tapi pemakaian foto atau video dapat menjadi format yang ideal bagi pembaca.

Menurut Carpenter (2010, p. 1069), pengguna media online, terutama anak muda lebih tertarik membaca berita dengan tambahan unsur interaktif, seperti foto atau video. Hal tersebut membuat sebuah berita menjadi lebih lengkap karena pembaca mendapatkan informasi yang lebih dari visual yang disajikan. Hal tersebut sesuai pernyataan Lee & Kim (2015, p. 14) yang menyatakan bahwa penggunaan visualisasi data sebagai salah satu informasi disandingkan dengan teks berita dapat membawa khalayak untuk memproses informasi secara aktif.

Selain itu, Ketterer (dalam Carpenter, 2010, p. 1068) menyatakan bahwa, selain faktor penggunaan foto atau video, penggunaan *hyperlink* dalam sebuah berita dapat membuat pembaca menghabiskan waktu lebih dalam membaca berita. Hal tersebut dikarenakan *hyperlink* merupakan jalan pintas pembaca untuk memperdalam suatu topik dengan menekan sebuah format domain atau huruf dan akan diarahkan ke situs lain yang bersangkutan dengan topik tersebut (Carpenter, 2010, p. 1068).

Menurut Carpenter (2010, p. 1068) penggunaan *hyperlinks* dapat memperbanyak keberagaman berita dan menjadi alternatif pembaca dalam memilih bacaannya. Namun, *hyperlink* tersebut haruslah diarahkan ke situs yang kredibel, agar pembaca mendapatkan informasi yang benar.

2.2.3.4 Asal Berita (Dalam Negeri/Luar Negeri)

Untuk dimensi Asal Berita, peneliti menemukannya dari penelitian terdahulu yang dilakukan oleh Remotivi. Namun, pada penelitian terdahulu yang

dilakukan oleh Remotivi, asal berita yang dibahas adalah dari Jabodetabek dan Luar Jabodetabek. Selain itu, peneliti juga menemukan rujukan pada tulisan Morissan (2008, p. 20) mengenai sebuah standar prioritas penulisan berita, yaitu mengenai asal berita.

Untuk melihat perspektif dari media online, penulis kemudian menemukan dimensi Asal Berita dari dalam atau pun luar negeri dari jurnal *Diversity in Online News*. Penulis lebih berfokus pada berita yang berasal dari dalam atau pun luar negeri karena hal ini juga menyangkut pada kebijakan pemerintah yang memberikan porsi 60% untuk berita yang berasal dari dalam negeri dan sisanya dapat dimanfaatkan untuk berita yang berasal dari luar negeri.

Menurut Wu (2007) dalam Edda dan Frank (2017, p. 5) mengatakan bahwa berita yang berasal dari luar negeri memiliki jumlah yang lebih sedikit dibandingkan dengan berita yang berasal dari dalam negeri. Namun hal tersebut dipengaruhi oleh tatanan kebijakan pemerintahan serta geografis yang dapat menentukan banyak tidaknya jenis berita dari dalam atau luar negeri yang akan diproduksi (Edda dan Frank, 2017, p. 5).

2.3 Hipotesis Teoritis

Hipotesis merupakan sebuah dugaan sementara yang muncul pada sebuah penelitian dan harus diuji. Hipotesis dalam penelitian ini adalah:

Ho : Tidak ada keberagaman isi berita pada Okezone.com dan CNNIndonesia.com dalam periode 5-10 Januari 2020

Ha : Ada keberagaman isi berita pada Okezone.com dan CNNIndonesia.com dalam periode 5-10 Januari 2020

2.4 Kerangka Pemikiran

Peneliti ingin mengetahui bagaimana keragaman isi berita pada media daring atau online. Hal tersebut dikarenakan keragaman isi berita pada media massa *mainstream* sudah pernah dilakukan oleh Remotivi, oleh karena itu peneliti ingin menganalisis isi berita pada media daring dengan melihat bahwa media daring muncul untuk menutupi kekurangan dari media *mainstream*.

Dengan konsep yang didapat dari rujukan artikel ilmiah “Melipat Indonesia Dalam Berita Televisi: Kritik Atas Sentralisasi Penyiaran” oleh Remotivi, jurnal “*A Study of Content Diversity in Online Citizen Journalism and Online Newspaper Articles*” oleh Serena Carpenter, dan jurnal “Diversity in Online News” oleh Edda Humprecht dan Frank Esser, peneliti mendapatkan 4 dimensi yang diteliti, yaitu Topik Berita, Jenis Berita, Asal Berita dan Interaktif. Kemudian dengan menggunakan lembar koding, peneliti menganalisis berita yang didapat, kemudian mengolah hasilnya dalam analisis isi kuantitatif.