

# BAB I

## PENDAHULUAN

### 1.1 Latar Belakang Penelitian

Transformasi media komunikasi yang terjadi dalam masyarakat kontemporer selama dua abad terakhir menunjukkan bahwa perkembangan setiap media baru merupakan tantangan bagi teknologi yang sudah ada (Nogueira, 2008, p. 1). Pada era 4.0 internet lahir sebagai produk nyata yang mengancam media konvensional. Namun, hal ini tidak berarti kehadiran media baru membunuh media lama, akan tetapi memperkaya yang sudah ada.

Melalui internet, hadir beragam media baru dengan keunikan serta keunggulan dibanding media tradisional. Bagi dunia jurnalistik, praktik ini kemudian disebut dengan beragam istilah seperti jurnalisme digital, jurnalisme multimedia, ataupun jurnalisme *online* (Ashari, 2019, p. 5). Berdasarkan beberapa sebutan tersebut, jurnalisme *online* secara gamblang menggambarkan praktik jurnalistik berbasis internet.

Perkembangan teknologi telah mengubah sarana komunikasi di dunia. Semula berawal dari surat kabar, kemudian ke media elektronik seperti radio dan televisi. Selanjutnya, medium komunikasi kembali beralih ke media *online* dan media sosial. Sehingga bila diurutkan, jurnalisme *online* adalah praktik jurnalistik dengan medium terbaru dibanding televisi, radio, dan yang paling tua media cetak. Masing-masing medium memiliki karakteristik berbeda. Namun, banyak penelitian terdahulu menunjukkan bahwa sekalipun inovasi teknologi mengubah cara berita disajikan dan diakses oleh audiens, logika media dalam produksi berita tidak berubah secara signifikan (Ghersetti, 2014, p. 375).

Berdasarkan perkembangan medium alat komunikasi, media cetak sebagai media paling tua memiliki karakteristik seperti penampilan paten, frekuensi terjadwal, tekstual, topicalitas isi sekuler, serta target audiens masyarakat urban (McQuail, 2010, p. 35). Karakteristik tersebut berbeda dengan radio yang justru unggul dengan kemampuan audio atau suara, cenderung bersifat hiburan, suasana

intim antara penyiar dan pendengar, serta memiliki peluang komunikasi dua arah (McQuail, 2010, p. 44). Berikutnya adalah media televisi dengan karakteristik jenis konten beragam baik informatif maupun hiburan, dilengkapi dengan audio-visual, dan dapat menciptakan kedekatan dengan audiens karena menampilkan gambar yang dapat membangun imajinasi penonton (McQuail, 2010, p. 43). Terbaru adalah media *online* yang disebutkan oleh banyak penelitian terhadulu sulit diidentifikasi karakteristiknya karena format yang sangat kaya dan beragam. Namun, secara ringkas karakteristik utama dari jurnalisme *online* adalah kedekatan, tenggat waktu atau deadline yang terus-menerus, pembaruan cepat, dan juga pelaporan waktu nyata sangat diprioritaskan dalam produksi berita *online* (Ghersetti, 2014, p. 377).

Media baru nyata memberi peluang bagi jurnalisme *online* untuk menghadirkan informasi-informasi atau berita dalam berbagai format yang lebih inovatif, menarik, dan interaktif. Sebagaimana yang diutarakan (Li et al., 2018) salah satu format baru yang kini menjadi populer di seluruh dunia adalah *live streaming* (p. 1). Needleman (dalam Hilvert-Bruce et al., 2018) menjelaskan *live streaming* pada dasarnya adalah bentuk hiburan multimedia interaktif berbasis internet yang telah berkembang pesat di seluruh dunia sejak 2011 (p. 58).

Tidak seperti layanan sebelumnya yakni streaming televisi ataupun video YouTube, *live streaming* di media sosial menawarkan terjalinnya interaksi manusia secara real time antara penyiar dan pemirsa (Hilvert-Bruce et al., 2018, p. 58). Media sosial sendiri telah menjadi elemen penting untuk penyebaran dan akses berita. Logika media massa digantikan oleh logika media sosial yang mengharuskan untuk menyesuaikan rutinitas distribusi berita dengan lingkungan media di mana dinamika situs jejaring sosial penting, bahkan mengingat bahwa “pengaruh platform sosial membentuk jurnalisme itu sendiri” (Vázquez-Herrero et al., 2019, p. 2).

Berdasarkan analisis kepada perilaku media *online* terkait cara mereka menghasilkan konten, *live streaming* konten jurnalistik di media sosial dapat berupa konferensi pers, liputan berita terkini, program di belakang panggung, dan menyiarkan acara TV (Apablaza & Campos, 2018, p. 109). Bahkan untuk saat ini, *live streaming* konten jurnalistik di media sosial tampaknya semakin beragam.

Kehadiran dari bentuk *live streaming* ini tidak dapat dipungkiri terus berkembang di seluruh platform media sosial, sehingga jurnalis perlu terus mengetahui bagaimana *live streaming* ini akan berdampak pada industri, karena perubahan itu juga akan memengaruhi pelaporan mereka (Stephanis, 2017, p. 3).

Peneliti meninjau dari sisi akademis, belum ada yang merumuskan secara jelas karakteristik *live streaming* dalam kegiatan produksi konten jurnalistik di media sosial. Padahal, ketika memutuskan untuk memanfaatkan *live streaming* dalam praktik jurnalistik, media profesional juga harus mengetahui cara yang efektif menggunakan *live streaming* (Stephanis, 2017, p. 6). Oleh karena itu, topik penelitian ini memiliki nilai kepentingan yang tinggi untuk dilakukan. Sebab, hingga saat ini menjamurnya penggunaan *live streaming* bagi konten jurnalistik belum bisa diidentifikasi karakter apa yang memengaruhi sukses atau gagalnya media dalam memproduksi konten *live streaming*.

Karakteristik *live streaming* dalam produksi konten jurnalistik di media sosial yang diformulasikan dalam penelitian ini salah satunya merujuk pada 10 tips *live streaming* bagi media *online* (Rebecca Jarvis dalam Stephanis, 2017, pp. 5-6). Sebagai seorang koresponden ABC News, Rebecca Jarvis memaparkan pandangannya terkait tips melakukan *live streaming* yang baik. Pertama, lakukan riset dan persiapan. Kedua, bicaralah dengan semua pihak sebelum mengambil kesimpulan. Ketiga, lakukan percakapan dua arah dengan pemirsa. Keempat, kenali audiens. Kelima, selenggarakan sesi tanya-jawab selama berita terkini. Keenam, lakukan wawancara dengan narasumber secara lebih santai dan tidak terlalu terstruktur. Ketujuh, meliputi acara atau konferensi besar. Kedelapan, usahakan beri jadwal *live streaming* kepada audiens, setidaknya satu jam sebelum berlangsung. Kesembilan, jangan merasa berkewajiban untuk hidup dengan peralatan mahal. Kesepuluh, saat *live streaming* berlangsung jangan menjawab pertanyaan yang Anda tidak tahu jawabannya.

Sepuluh tips yang dipaparkan di atas bila diamati cenderung menggambarkan apa saja yang sebaiknya ada di dalam *live streaming* produksi konten jurnalistik di media sosial, mulai dari interaksi audiens, sesi tanya jawab, hingga wawancara dengan narasumber. Hal ini, peneliti rangkum sebagai indikasi bahwa salah satu

indikator yang perlu diformulasikan untuk mendapatkan karakteristik *live streaming* adalah struktur.

Bila dalam acara televisi, ada faktor yang merupakan kunci utama untuk merencanakan unsur kreatif lainnya yaitu format (Fachruddin, 2019, p. 45). Sebagai sesama media berbasis audio visual, maka format juga merupakan indikator lain yang akan diteliti guna mendapatkan formulasi karakteristik *live streaming* dalam produksi konten jurnalistik.

Selain struktur dan format, peneliti juga akan melakukan penggalian data terhadap tipe *live streaming*. Indikator tipe akan berkenaan isu yang diangkat. Indikator ini akan merujuk pada tiga belas tipe berita broadcast Stewart & Alexander (2022).

Berikutnya, peneliti juga mengkaji durasi dari *live streaming* sebagai indikator yang peneliti gunakan dalam penelitian. Durasi merupakan salah satu faktor penentu perhitungan dampak suatu program siaran (Zhang & Liu, 2015, p. 58). Oleh karena itu, temuan terkait durasi ideal *live streaming* tidak kalah penting untuk merumuskan karakteristik *live streaming* dalam produksi konten jurnalistik yang lengkap dan proporsional.

Penelitian ini menggunakan metode studi kasus. Namun, untuk mendapatkan formulasi awal dari karakteristik *live streaming*, peneliti akan melakukan analisis isi kuantitatif. Berikutnya, peneliti akan melakukan teknik pengumpulan data melalui wawancara mendalam dari sisi media, karena peneliti ingin meneliti lebih jauh unsur “bagaimana” dan “mengapa”. Hal ini sesuai dengan tipe penelitian yang bersifat induktif yakni ingin mengetahui bagaimana karakteristik *live streaming* produksi konten jurnalistik di media sosial beserta alasan media merumuskan karakteristik tersebut.

Kesuksesan media sosial dapat ditentukan berdasarkan sejumlah indikator. Ada empat payung besar yang dapat dijadikan matriks untuk mengevaluasi kinerja utama atau *key performance indicator* (KPI) organisasi media sosial yaitu, (1) Kesadaran (*awareness*), menjelaskan jumlah audiens yang saat ini dimiliki dan juga audiens potensial. (2) Keterlibatan (*engagement*), menunjukkan bagaimana keterlibatan atau interaksi audiens dengan konten yang ada. (3) Konversi

(*conversion*), menunjukkan efektivitas dari indikator kedua yaitu keterlibatan media sosial. (4) Konsumen (*consumer*), mencerminkan cara berpikir dan perasaan audiens aktif tentang merek mereka (Shleyner, 2020).

Sebagai dasar penentuan objek penelitian, dilakukan observasi awal selama sepekan yaitu periode 10-16 September 2021. Peneliti melakukan pendataan terhadap 15 situs media *online* jurnalistik terpopuler di situs <https://www.alex.com/topsites/countries/ID>. Alasan peneliti melakukan hal tersebut adalah mempertimbangkan jumlah audiens yang dimiliki dari media media terpoluler ini.

Merujuk pada matriks media sosial Shleyner, media dikatakan sukses apabila memiliki *awareness, engagement, conversion, dan consumer* yang baik. Popularitas dalam hal ini peneliti sandingkan dengan indikator *awareness* karena berkaitan dengan jumlah audiens yang dimiliki. Artinya, popularitas tinggi cenderung memiliki jumlah audiens yang besar karena media tersebut disadari eksistensinya. Popularitas ini juga berpengaruh terhadap indikator keterlibatan (*engagement*), karena semakin banyaknya audiens, semakin besar pula peluang media untuk menarik audiens terlibat dengan konten yang diproduksi karena sudah banyak yang mengenal mereka.

Hasil pra riset terhadap 15 media *online* tersebut menunjukkan dari lima media sosial yang memiliki fitur *live streaming* yaitu Instagram, Facebook, Youtube, Twitter, dan Tiktok, hanya Facebook, Instagram, dan Youtube yang paling banyak digunakan sebagian besar media *online*. Kemudian, guna mempersempit subjek penelitian, peneliti melihat dari aspek frekuensi *live streaming* setiap media *online* di tiap media sosial. Hasilnya pada pekan tersebut, *Tribunnews.com, Liputan6.com, dan Suara.com* merupakan tiga media *online* yang paling aktif menggunakan fitur *live streaming* di masing-masing platform yakni Facebook, Instagram, dan Youtube. Peneliti kembali melakukan pengamatan kepada tiga media *online* yang terpilih sebagai subjek penelitian yakni *Tribunnews.com* untuk Facebook, *Liputan6.com* untuk Instagram, dan *Suara.com* untuk Youtube. Pengamatan terhadap konten *live streaming* ini dilakukan selama satu bulan penuh yakni 1 – 31 Oktober 2021.

## 1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang yang telah diuraikan di atas, maka rumusan masalah penelitian ini adalah bagaimana karakteristik *live streaming* produksi konten jurnalistik di media sosial?

## 1.3 Pertanyaan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah di atas, peneliti merumuskan pertanyaan penelitian sebagai berikut.

- 1) Apa format *live streaming* produksi konten jurnalistik di media sosial?
- 2) Apa tipe *live streaming* produksi konten jurnalistik di media sosial?
- 3) Berapa durasi *live streaming* produksi konten jurnalistik di media sosial?
- 4) Bagaimana struktur *live streaming* produksi konten jurnalistik di media sosial?

## 1.4 Tujuan Penelitian

Suatu penelitian tentu harus memiliki tujuan. Oleh karena itu, berikut tujuan penelitian yang bisa dirumuskan.

- 1) Mengetahui format *live streaming* produksi konten jurnalistik di media sosial.
- 2) Mengetahui tipe *live streaming* produksi konten jurnalistik di media sosial.
- 3) Mengetahui durasi *live streaming* produksi konten jurnalistik di media sosial.
- 4) Mengetahui struktur *live streaming* produksi konten jurnalistik di media sosial.

## 1.5 Kegunaan Penelitian

### 1.5.1. Kegunaan Akademis

Penelitian ini diharapkan dapat memperkaya studi ilmiah berkenaan dengan karakteristik *live streaming* secara khusus di bidang jurnalistik.

Sebab, hingga saat ini formula terkait hal tersebut masih dapat dibidang minim dan belum dapat menggambarkan secara proposional karakter yang baik bagi media dalam menjalankan *live streaming* untuk kepentingan konten jurnalistik di media sosial. Dengan demikian, penelitian ini akan menjadi bahan diskusi bagi penelitian berikutnya untuk mengkonfirmasi apakah karakter yang ditentukan media sudah sesuai dengan kebutuhan ataupun keinginan dari sisi audiens.

### **1.5.2. Kegunaan Praktis**

Penelitian ini diharapkan dapat menjadi acuan bagi banyak media yang sudah aktif menggunakan *live streaming*, tetapi masih memiliki permasalahan dengan *engagement* audiens, ataupun media yang baru ingin mencoba memproduksi konten jurnalistik mereka dalam bentuk *live streaming*. Sebab, hasil penelitian yang dianalisis dari jawaban tiga media paling aktif dalam produksi konten *live streaming* merupakan media yang terbilang sudah cukup stabil dari segi pola produksi dan *engagement* yang mereka terima.

## **1.6 Keterbatasan Penelitian**

Kurangnya referensi dan studi yang dimiliki terkait karakteristik dari *live streaming* konten jurnalistik di media sosial sehingga peneliti harus membuat dan merumuskan sejumlah item penelitian secara mandiri. Selain itu, periode pengambilan sample penelitian ini terbilang singkat, sehingga hasil penelitian belum cukup baik untuk menggeneralisasi karakteristik *live streaming* produksi konten jurnalistik.

U N I V E R S I T A S  
M U L T I M E D I A  
N U S A N T A R A