

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Penelitian

Jurnalisme otomatisasi merupakan inovasi teknologi yang memudahkan jurnalis dalam melakukan pekerjaannya. Jurnalisme otomatisasi mengacu kepada penggunaan algoritme dalam menyelesaikan pekerjaan yang seharusnya dilakukan oleh manusia (Diakopoulos, 2019, p. 10). Penggunaan jurnalisme otomatisasi dapat membantu pembaca mendapatkan berita yang lebih *personalised* sesuai dengan minat mereka (Thurman et al., 2019, p.452).

Dalam penerapan *algorithmic news recommendation*, dibagi kembali menjadi 2 bagian, yaitu *explicit personalization* dan *implicit personalization* (Thurman & Schifferes, 2012, p.776). *Explicit personalization* mengarah ke data-data yang secara eksplisit diberikan oleh para pengunjung, misalnya dengan mengisi formulir, kuesioner, atau pertanyaan-pertanyaan singkat sebelum memasuki *website*. Sedangkan *implicit* merupakan informasi yang dikumpulkan berdasarkan perilaku pengunjung, baik secara *history* mereka ataupun *cookies* yang terkumpul secara otomatis (Borgesius et al., 2016, p.9). Dalam kedua kasus ini, *personalized news* yang diberikan sudah bersifat otomatis tanpa campur tangan dari manusia.

Algorithmic news recommendation efektif untuk membantu pekerjaan media dalam mendistribusikan konten dan membantu para pembaca untuk mendapatkan berita yang sesuai dengan yang mereka mau (Bodo, 2019, p.1054). Sistem ini juga bisa memberikan berita yang kurang terkenal tapi penting secara *value* kesempatan

untuk dibaca masyarakat (Reviglio dalam Bodo, 2019, p. 1065). Dengan mengumpulkan data melalui *cookies* atau *history* pembaca, *algorithmic news recommendation* dapat secara otomatis memberikan berita yang lebih *personalized* bagi para pembaca sehingga sesuai dengan apa yang ingin dicari mereka. Oleh karena itu, jurnalis tidak perlu lagi menganalisis *behaviour*

Namun, dalam penerapannya *recommendation system* secara general memunculkan kekhawatiran terhadap masyarakat. *Recommendation system* merupakan sebuah sistem yang bergantung berat pada data. Semakin banyak data yang diberikan, semakin baik pula rekomendasi yang diberikan (Liu et al., 2022, p.1).

Peneliti ingin meneliti lebih dalam mengenai penerapan *algorithmic news recommendation* di salah satu media besar di Indonesia. Media yang menjadi subjek penelitian adalah aplikasi Kumparan. Alasan peneliti memilih Kumparan adalah karena media ini sudah menerapkan *algorithmic news recommendation* atau *tools* yang dapat memberikan rekomendasi berita sesuai dengan *history* dan *cookies* pengguna.

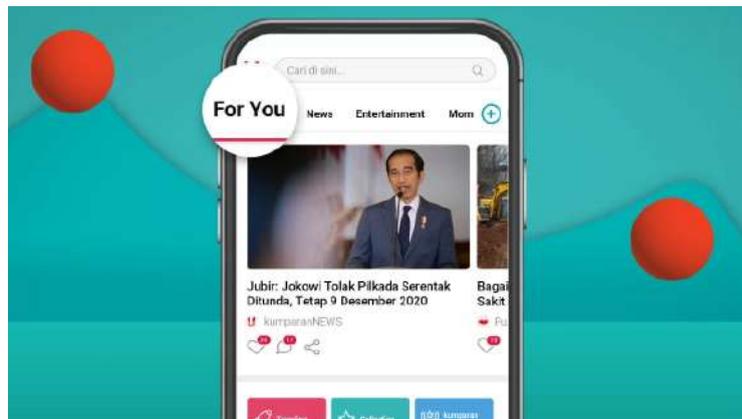
Gambar 1.1 Berita Kumparan mengenai Teknologi Personalisasi



Sumber: Kumparan

Meskipun Kumparan bukan satu-satunya lagi media yang menerapkan *algorithmic news recommendation*, tetapi Kumparan menjadi salah satu pelopornya di Indonesia. Selain itu, Kumparan juga memberikan secara jelas letak implementasi personalisasi berita (*For You*).

Gambar 1.2 Halaman “For You” Kumparan



Sumber: Kumparan

Dalam memberikan personalisasi berita, Kumparan mewajibkan para penggunanya untuk login terlebih dahulu untuk mendapatkan berita yang sesuai dengan preferensi.

Gambar 1.3 Persetujuan Ketentuan saat Daftar/Masuk Kumparan

Dengan mendaftar / masuk ke kumparan,
kamu menyetujui bahwa **Ketentuan dan
Kebijakan Privasi kumparan** berlaku
untukmu.

Sumber: Kumparan

Gambar 1.4 Bukti Login untuk Dapat Personalisasi



Sumber: Kumparan

Dari **Gambar 1.3** dan **Gambar 1.4**, Kumparan telah menerangkan bahwa penerapan personalisasi hanya diberikan pada pengguna yang login saja. Hal ini berarti, seharusnya tidak terdapat berita sesuai dengan personalisasi pengguna bagi pengguna yang tidak *login*.

Namun, penelitian terdahulu mengenai “*Measuring the "Filter Bubble": How Google is influencing what you click*” mendapatkan perbedaan yang minim antara pengguna yang tidak *login* dengan yang *login*. Dalam penelitian ini, peneliti melakukan riset terhadap hasil pencarian *search engine Google* terhadap grup eksperimen (*login*) dan kontrol (tidak *login/incognito*). Pada hasilnya, muncul bahwa keduanya sama-sama memiliki variasi yang beragam. Padahal, seharusnya pengguna yang berada dalam *incognito mode* mendapatkan variasi berita yang serupa satu sama lain dikarenakan *cookies* dan *history* tidak terekam oleh *browser*. Namun, nyatanya mereka mendapatkan variasi berita yang berbeda di antara satu dan yang lainnya.

Hal ini menunjukkan kemungkinan terjadinya hal yang sama akibat penggunaan personalisasi berita di media Kumparan. Meskipun penelitian terdahulu dilakukan terhadap *search engine* dan bukan media, tetapi tetap ada kemungkinan hal ini terjadi di media apabila tidak memberlakukan teknologi personalisasi dengan

baik.

Oleh sebab itu, peneliti bertujuan untuk meneliti lebih dalam mengenai perbedaan hasil rekomendasi laman “For You” Kumparan antara pengguna *login* dan tidak *login*. Peneliti akan menerapkan eksperimen untuk mengetes algoritma *machine learning* dari *news recommendation* Kumparan.

1.2 Rumusan Masalah

Penelitian ini akan menggali lebih dalam mengenai implementasi *algorithmic news recommendation*. Penelitian akan dilakukan di salah satu media besar Indonesia yang telah menerapkan *algorithmic news recommendation*, yaitu media Kumparan. Oleh karena itu, dirumuskan masalah sebagai berikut.

1. Apakah terbukti implementasi *algorithmic news recommendation* di aplikasi Kumparan dan apa perbedaannya?

1.3 Pertanyaan Penelitian

1. Apakah terdapat perbedaan rekomendasi konten pada aplikasi Kumparan terhadap *user* yang *login* dan tidak *login*?
2. Apakah terdapat perbedaan jumlah variasi kategori pada aplikasi Kumparan terhadap *user* yang *login* dan tidak *login*?

1.4 Tujuan Penelitian

1. Mengetahui apakah terdapat perbedaan rekomendasi konten pada aplikasi Kumparan terhadap *user* yang *login* dan tidak *login*.
2. Mengetahui apakah terdapat perbedaan jumlah variasi kategori pada aplikasi Kumparan terhadap *user* yang *login* dan tidak *login*.

1.5 Kegunaan Penelitian

1.5.1 Kegunaan Akademis

Penelitian dapat menjelaskan mengenai implementasi *algorithmic news recommendation* dalam media, terutama perbedaannya terhadap pengguna *login* dan tidak *login*.

1.5.2 Kegunaan Praktis

Penelitian dapat menjadi sumber pengetahuan bagi para praktisi maupun media-media yang membacanya. Dengan penelitian ini, praktisi baik media dapat memperhitungkan lebih matang implementasi *algorithmic news recommendation*.

1.5.3 Keterbatasan Penelitian

Setiap penelitian tentunya memiliki keterbatasan. Keterbatasan pada penelitian ini adalah penelitian hanya berfokus pada satu media saja, yaitu Kumparan. Sehingga, penerapan *algorithmic news recommendation*-nya tidak berlaku terhadap media-media lainnya. Selain itu, penelitian hanya dilakukan dalam jangka 6 bulan, sehingga data yang terkumpul tidak dapat bervariasi. Penelitian ini juga mengambil penelitian terdahulu di luar jurnal resmi dikarenakan terbatasnya sumber-sumber yang dapat mendukung dan selaras dengan penelitian *algorithmic news recommendation* ini.