

# BAB I

## PENDAHULUAN

### 1.1 Latar Belakang Penelitian

Media massa memiliki beberapa peran penting dalam kehidupan masyarakat, salah satunya adalah sebagai alat bagi khalayak untuk mendapatkan informasi atau berita serta peristiwa kehidupan masyarakat atau realitas sosial yang terjadi dalam skala lokal, nasional, dan internasional (Ummah, 2022). Media massa juga memiliki beberapa fungsi, di antaranya yaitu informasi, pengawasan, persuasi, pendidikan, dan juga hiburan.

Yusuf (2011), mendefinisikan media lokal sebagai media yang dikelola, terbit, atau beroperasi di suatu daerah. Mayoritas berita yang dimuat di dalam portal berita tersebut adalah berita mengenai suatu daerah, dengan mengedepankan salah satu nilai berita yaitu kedekatan (*proximity*). Media lokal ini mencerminkan aspek pemberitaan yang lebih bersifat kepada suatu daerah tertentu, sesuai dengan lokasinya.

Hal ini sejalan dengan pendapat oleh Hess & Waller (p.5, 2017), yang menyatakan bahwa “*local journalism can be understood broadly as both a practice and a product that relates to a specific geographic area and the events and people connected to it* (jurnalisme lokal dapat dipahami secara luas sebagai praktik dan produk yang berkaitan dengan wilayah geografis tertentu serta peristiwa dan orang-orang yang terkait dengannya)”. Mereka juga mengatakan bahwa berita lokal sebagai sebuah produk, merupakan sumber informasi yang penting, tempat diskusi, dan sebuah mekanisme kohesi dalam komunitas.

Sari (2013), beranggapan bahwa kehadiran media lokal di suatu daerah merupakan suatu hal yang penting untuk diperhatikan. Sebab, media lokal merupakan sumber informasi bagi masyarakat daerah di Indonesia, dan menjadi salah satu contoh penerapan kebebasan pers di Indonesia. Selain itu, media lokal

juga berfungsi sebagai penyambung lidah masyarakat di daerah, agar menciptakan arus informasi yang akurat dan lancar. Sari juga menyatakan bahwa masyarakat di daerah selalu disuguhkan informasi dan pemberitaan yang terfokus pada pusat saja, sementara apa yang terjadi di daerah sekitarnya seakan tidak dilirik, bahkan dianggap tidak penting. Hal ini membuat arus informasi hanya bersifat satu arah saja, sehingga dengan adanya media lokal dapat membuat keberimbangan pemberitaan dan arus informasi antara pusat dan daerah.

Di wilayah Jabodetabek (Jakarta, Bogor, Depok, Tangerang, dan Bekasi) sebagai wilayah fungsional, terdapat beberapa media lokal yang sudah terverifikasi Dewan Pers seperti Tangerang Expres, Radar Depok, Radar Bogor, dan masih banyak lainnya. Sementara itu, di platform media sosial seperti Instagram, juga terdapat beberapa akun yang memosisikan dirinya sebagai penyedia berita lokal. Hal ini tentu mengganggu kehadiran media lokal yang sudah terverifikasi tersebut.

Berdasarkan observasi awal yang dilakukan peneliti pada tanggal 21 Oktober 2023, terdapat salah satu akun media sosial penyedia berita lokal yaitu @infotangerang.id. Dengan menyatakan dirinya merupakan “Media Kaum Millenials Tangerang”, akun tersebut sudah mengunggah sebanyak 14.500 konten media sosial dan berhasil menarik pengikut sebanyak 365.000. Dalam salah satu unggahan, akun tersebut turut membagikan informasi peristiwa kebakaran yang terjadi di TPA Rawa Kucing, Kedaung Wetan, Tangerang, pada Jumat (20/10/2023). Hanya dari unggahan itu saja, terdapat ratusan komentar dari para warganet yang turut membagikan opininya.

Hal ini terjadi lantaran media sosial memungkinkan para penggunanya dapat berinteraksi antar sesama, bekerja sama, berbagi, serta menjalin komunikasi dengan para pengguna lainnya sehingga membentuk sebuah ikatan sosial, seperti yang dijelaskan oleh Nasrullah (2015). Anggapan ini juga didukung oleh Rafiq (2020), yang menyatakan bahwa para pengguna media sosial, dapat saling berpartisipasi, berbagi, dan menciptakan isi meliputi blog, jejaring sosial, wiki, forum, dan dunia virtual. Siapapun bisa membagikan informasi terkait apapun,

untuk diakses oleh orang lain. Sehingga, media sosial juga dilirik sebagai medium media lokal yang bersifat *citizen journalism*.

Terkait hal tersebut, Park et al. (2021) menyatakan bahwa di era digital ini, kehadiran portal berita lokal sudah mulai terancam dengan hilangnya iklan dan jumlah audiens. Terlebih, kehadiran media sosial sebagai sumber informasi masyarakat juga mengancam kehadiran media massa. Maka dari itu, organisasi media lokal harus mengubah strategi mereka dalam mencari jumlah audiens dan juga faktor finansial.

Sebagai salah satu upaya bertahan dalam arus digitalisasi, perusahaan media atau penerbitan saat ini telah beralih dari media cetak ke media digital (Setiadi, 2022). Perubahan format ini membuat beberapa media lokal harus berjuang keras, karena melibatkan faktor finansial yang cukup besar, serta sumber daya manusia yang dinilai masih belum siap. Hal tersebut pun menjadi tantangan bagi media lokal agar tetap bertahan dan bersaing dengan media-media lainnya di skala lokal maupun nasional.

Anggapan ini juga didukung oleh Ross et al. (p.2, 2021), yang menyatakan bahwa *the local news operations still struggling for survival for survival are desperately searching for ideas to make their business sustainable* ( media lokal saat ini masih berjuang untuk bertahan hidup dengan mencari-cari ide untuk membuat bisnis mereka berkelanjutan. Di satu sisi, mereka juga menjelaskan bahwa berdasarkan The Reuters Institute Digital News Report, para pembaca berita cenderung tidak ingin membayar untuk mendapatkan berita lokal dibandingkan dengan berita nasional atau publikasi internasional (Fletcher, 2020).

Sementara, Fletcher (2019) beranggapan bahwa penyedia media lokal harus mendapatkan dukungan dari para pembaca dengan dukungan berbayar. Hal ini dilakukan guna menjadi salah satu upaya untuk bertahan dari gangguan digital. Namun, hanya terdapat peningkatan dalam skala yang kecil dalam jumlah audiens yang membayar untuk mendapatkan informasi berita online apa pun.

Untuk mendapatkan dukungan tersebut, sebuah promosi harus dilakukan. Namun, promosi penjualan tidak cukup untuk mendorong para pembaca untuk berlangganan. Para pembaca juga harus merasa bahwa mereka adalah merupakan mitra yang berhubungan dengan organisasi terkait, dan mereka menerima sesuatu yang mereka hargai sebagai imbalan atas dukungan yang telah mereka berikan (Fournier, 1998).

Sebagai upaya dalam mendorong para pembaca untuk berlangganan dan mendukung media lokal, Nielsen (2015) memberikan argumennya dengan menyarankan kepada para penyedia berita lokal, untuk meningkatkan rasa percaya audiens terhadap mereka dengan mengambil pendekatan yang lebih proaktif terhadap pelaporan mereka. Meijer (2020), mengatakan bahwa mereka dapat melakukan peliputan berita yang lebih berfokus pada solusi, memberikan konteks, atau mengeksplorasi topik yang dapat menjadi perhatian masyarakat.

Park et al. (2019), melalui penelitiannya merumuskan beberapa variabel dan faktor yang dapat digunakan untuk mengukur minat masyarakat dalam mendukung media lokal secara finansial, yaitu sense of belonging yang digunakan untuk mengukur rasa memiliki warga terhadap suatu daerah, local news trust yang digunakan untuk mengukur tingkat kepercayaan warga terhadap pemberitaan media lokal, value perception of news yang digunakan untuk mengetahui nilai berita apa yang penting untuk audiens dalam memberikan dukungannya, serta options in supporting local media financially dengan memberikan beberapa jenis opsi pembayaran yang berbeda untuk masyarakat dapat memberikan dukungannya secara finansial.

Melalui pemaparan terkait media lokal, peneliti dapat berargumentasi bahwa media lokal memiliki peran penting dalam kehidupan masyarakat. Namun sayangnya, Hanusch (2015) menemukan bahwa media lokal dan berita lokal merupakan salah satu bidang studi jurnalisme yang paling sedikit dilakukan penelitiannya.

Maka dari itu melalui penelitian ini, peneliti tertarik untuk meneliti bagaimana masyarakat bagaimana masyarakat modern memposisikan media lokal dalam kebutuhan informasi sehari-hari mereka terkait peristiwa di suatu daerah, mencari tahu faktor apa saja yang paling berkorelasi dengan minat masyarakat dalam mendukung media lokal secara finansial, dan mencari tahu apakah masyarakat dalam hal ini yang merupakan warga Bogor, Depok, dan Tangerang, masih mau memberikan dukungannya terhadap media lokal secara finansial.

### **1.2 Rumusan Masalah**

Berdasarkan latar belakang yang telah dijabarkan, maka rumusan penelitian yang akan dilakukan adalah untuk mencari tahu apakah ada korelasi antara *sense of belonging*, *local news consumption*, *local news trust*, *value perception of news*, *options in supporting local media financially*, dan minat dalam mendukung kehadiran media lokal secara finansial?

### **1.3 Pertanyaan Penelitian**

Berdasarkan rumusan masalah yang telah tertulis di atas, maka timbul pertanyaan penelitian sebagai berikut.

1. Adakah korelasi antara *sense of belonging* dan minat mendukung media lokal secara finansial?
2. Adakah korelasi antara *local news consumption* dan minat mendukung media lokal secara finansial?
3. Adakah korelasi antara *local news trust* dan minat mendukung media lokal secara finansial?
4. Adakah korelasi antara *value perception of news* dan minat mendukung media lokal secara finansial?
5. Adakah korelasi antara *options in supporting local media financially* dan minat mendukung media lokal secara finansial?

## **1.4 Tujuan Penelitian**

Adapun tujuan akhir dalam penelitian yang dilakukan adalah:

1. Untuk mengetahui nilai korelasi sense of belonging dan minat mendukung media lokal secara finansial
2. Untuk mengetahui nilai korelasi local news consumption dan minat mendukung media lokal secara finansial
3. Untuk mengetahui nilai korelasi local news trust dan minat mendukung media lokal secara finansial
4. Untuk mengetahui nilai korelasi value perception of news dan minat mendukung media lokal secara finansial
5. Untuk mengetahui nilai korelasi options in supporting local media financially dan minat mendukung media lokal secara finansial

## **1.5 Kegunaan Penelitian**

### **1.5.1 Kegunaan Akademis**

Penelitian ini dapat berguna untuk peneliti selanjutnya yang membahas topik seputar media lokal dan informasi di suatu daerah. Penelitian ini juga berfungsi sebagai pelengkap dari penelitian-penelitian sebelumnya yang telah dilakukan. Melalui penelitian ini, peneliti telah mengumpulkan data-data terkait nilai korelasi faktor-faktor yang berkorelasi dengan minat mendukung media lokal secara finansial. Maka dari itu, peneliti selanjutnya dapat menggunakan hasil penelitian yang telah dilakukan sebagai acuan atau pembandingan dalam penelitian selanjutnya yang akan dilakukan.

### **1.5.2 Kegunaan Praktis**

Penelitian ini bertujuan untuk memperlihatkan seberapa jauh masyarakat dalam memberikan dukungannya kepada media lokal, dan

melibatkan media lokal dalam kebutuhan informasi sehari-hari mereka. Melalui data yang dihasilkan, dapat menjadi referensi kepada masyarakat terkait pentingnya kehadiran media lokal dalam menginformasikan suatu peristiwa di suatu daerah tertentu.

### 1.5.3 Kegunaan Sosial

Melalui penelitian ini, peneliti berharap bahwa para pelaku media lokal dapat mengembangkan bisnisnya dengan menyajikan berita-berita yang bermutu sesuai dengan kaidah jurnalistik, dan juga menjalankan tugasnya sebagai penyambung lidah masyarakat. Peneliti juga berharap penelitian ini dapat bermanfaat bagi peneliti selanjutnya yang ingin melakukan penelitian terkait topik yang serupa.

## 1.6 Keterbatasan Penelitian

Setiap penelitian tentu memiliki keterbatasan, adapun keterbatasan penelitian dalam penelitian yang saya lakukan salah satunya adalah minimnya data atau penelitian tentang media lokal di Indonesia, sehingga peneliti mengalami kendala dalam mencari data seperti jumlah media lokal di Indonesia, atau khususnya di wilayah Bogor, Depok, dan Tangerang. Selain itu, pengambilan data menggunakan penyebaran kuesioner terhadap responden, memiliki kekurangan yaitu peneliti tidak dapat memastikan responden secara langsung mengisi kuesioner penelitian dengan jujur, lantaran penyebaran kuesioner dilakukan secara *online*. Sehingga, jawaban yang diberikan oleh responden belum tentu benar.

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