

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Signifikasi Penelitian

Di era globalisasi seperti saat ini, kebutuhan manusia terhadap sebuah informasi sangatlah tinggi, karena dengan informasi kita mampu untuk mengetahui berbagai hal yang belum diketahui sebelumnya guna memperkaya cakrawala pengetahuan kita, mengurangi ketidakpastian saat proses pengambilan sebuah keputusan, serta menggambarkan keadaan suatu peristiwa yang terjadi. Menurut Liliweri (2011), konsep informasi adalah alat untuk mengakses tingkat dasar materialisme. Hal ini lah yang mendorong manusia untuk mencoba mencari berbagai sumber informasi untuk dapat memenuhi kebutuhan mereka akan informasi tadi.

Salah satu sumber informasi yang ada ialah media massa. Media massa sendiri merupakan alat atau perantara (media) yang dipakai guna menyampaikan informasi-informasi, pikiran, gagasan maupun komunikasi kepada masyarakat umum atau khalayak. Media Massa memiliki kekuatan dalam menyampaikan pesan kepada khalayak yang heterogen secara serempak. Media massa merupakan suatu institusi yang menghubungkan segala unsur masyarakat satu dengan masyarakat yang lainnya lewat produk-produk media massa yang mereka hasilkan (Tamburaka, 2012).

Melihat tingginya peran media massa bagi masyarakat luas, jumlah para pelaku industri media massa pun mengalami peningkatan. Hal itu bisa diketahui dari banyaknya perusahaan media yang ada, dari mulai perusahaan media cetak seperti majalah dan koran, hingga perusahaan media elektronik seperti televisi dan radio. Para pelaku industri media massa akan terus mengalami perkembangan, mereka menyadari bahwa bisnis di industri media massa cukup menguntungkan, karena mengingat bagaimanapun juga manusia akan terus membutuhkan informasi di kehidupannya.

Seiring pesatnya perkembangan zaman, perkembangan media juga dipengaruhi oleh teknologi, dimana teknologi berkontribusi terhadap terciptanya keberagaman sebuah media. Hal inilah yang merupakan salah satu ciri dalam media baru sebagaimana dijelaskan oleh McNamus (dalam Severin, Werner dan Tankard, 2005), yaitu terdapat perubahan terkait ketersediaan media, dimana sebelumnya langka dengan akses yang terbatas menuju media yang melimpah dan aksesnya hampir tidak terbatas. Untuk sisi industri, alat produksi menjadi semakin canggih, biaya produksi media pun menjadi semakin murah, sehingga berdampak pada massalnya kemunculan media. Media cetak seperti surat kabar contohnya, surat kabar bukan barang langka, hampir dapat kita temukan di mana pun, atau telepon genggam yang seakan hampir menjelma jadi kebutuhan dasar setiap orang untuk melakukan komunikasi dan berbagai kegiatan sosial.

Teknologi juga berperan bagi sebuah perusahaan media untuk mampu memproduksi lebih dari satu bentuk atau jenis media, kondisi tersebut lah yang disebut juga dengan konvergensi media. Dimana dalam konvergensi media, sebuah industri media cetak bisa saja juga memproduksi media dalam bentuk lainnya. Masyarakat pun jadi memiliki berbagai opsi untuk mereka mengonsumsi informasi di media dalam berbagai bentuk, dari mulai media cetak, media yang mengandalkan audio atau suara seperti radio, media yang mengandalkan audio-visual seperti televisi, dan lain sebagainya. Teknologi juga memiliki andil yang sangat besar atas munculnya media baru yakni media siber atau media daring yang menggunakan internet.

Internet yang mentransformasikan dirinya sebagai tempat berisi informasi dengan berbagai bentuk dan dapat berasal dari berbagai belahan dunia ini, memudahkan masyarakat untuk dapat mencari informasi yang mereka perlukan kapan pun serta melalui perangkat apa pun. Hal tersebut tentu sangat kontras dengan media konvensional, dimana seperti media cetak dan elektronik yang memerlukan kehadiran khalayaknya pada saat itu juga untuk dapat mengakses informasi yang ada pada media tersebut. Berdasarkan survey dari Asosiasi Penyedia Jasa Internet Indonesia (APJII) dan Polling Indonesia, penetrasi pengguna internet di Indonesia meningkat setiap tahunnya, seperti yang dijelaskan dari gambar 1 dan 2:



Gambar 1. Hasil survey penetrasi pengguna internet tahun 2018

Sumber: apjii.or.id (2018)



Gambar 2. Hasil survey pertumbuhan pengguna internet

Sumber : apjii.or.id (2018)

Seperti terlihat pada gambar 1 dan gambar 2, ada peningkatan penetrasi pengguna internet di Indonesia setiap tahunnya. Pada tahun 2018, dari sekitar 264 juta penduduk di Indonesia, sekitar 171 jutanya adalah pengguna Internet, atau sekitar 64,8% penduduk Indonesia menggunakan internet. Jumlah tersebut merupakan peningkatan dari tahun-tahun sebelumnya. Di tahun 2017 pengguna internet di Indonesia berjumlah 143 juta orang, di tahun 2016 berjumlah 132 juta orang, dan begitu juga di tahun-tahun sebelumnya seperti terlihat di gambar 2.

Penggunaan internet di Indonesia memiliki banyak keragaman, salah satunya ialah untuk mencari sebuah informasi yang tidak bisa didapat di lingkungan terdekat. Hal tersebut bisa dilakukan dengan mengakses media daring. Media daring sendiri merupakan sebuah situs di internet yang menyajikan berita terbaru tentang berbagai hal, yang biasanya diklasifikasikan dengan kategori-kategori tertentu, seperti berita olahraga, ekonomi, teknologi, dan lain sebagainya. Dalam sejarahnya di Indonesia, media daring awalnya hanya merupakan perwujudan dari media cetak yang ada di Indonesia, jadi para perusahaan media hanya menyalin isi dari media cetak yang mereka miliki ke situs berita *online* milik mereka tanpa adanya perubahan atau perbedaan sama sekali. Hal tersebut dapat terjadi bukan tanpa alasan, karena pada waktu itu internet belum populer di Indonesia dan dianggap belum dapat memberikan profit ke perusahaan.

Penelitian dari Nugroho, Putri, dan Laksmi (2012) dapat dipakai untuk menjelaskan permulaan dan perkembangan media daring di Indonesia. Media Republika menjadi media pertama yang memiliki versi daringnya, yakni pada tahun 1995. Lalu pada tahun yang sama, majalah Tempo juga merilis versi daringnya yang bernama Tempointeraktif.com. Namun alasan Tempo membuat format daringnya berbeda dengan alasan Republika, dimana pada saat itu izin penerbitan majalahnya baru saja dicabut oleh pemerintah Orde Baru. Pada tahun 1998, berbarengan dengan saat-saat jatuhnya pemerintahan Soeharto, hadir Detik.com sebuah media daring yang tidak memiliki versi cetak sebelumnya, dan hanya fokus pada pengembangan konsep jurnalisme daring. Kemudian pada tahun 1998 juga hadir portal Kompas.com yang berada di bawah naungan Kompas Cyber Media Company.

Selain berperan terhadap munculnya jenis media baru, yakni media daring, perkembangan teknologi dan internet juga turut andil dalam berkembangnya dunia jurnalistik. Para jurnalis dapat dengan mudah mencari data atau informasi yang mereka perlukan lewat internet. Berbagai aplikasi dan fitur di internet juga sangat memudahkan para jurnalis memproduksi dan mendistribusikan produk mereka. Menurut Ambardi (2017), hal ini telah mengubah putaran pemutakhiran berita dalam sehari-semalam. Perputaran berita di media cetak memakan waktu 12 sampai 24 jam untuk pemutakhiran berita, sedangkan televisi umumnya memakan waktu 6 jam untuk pemutakhiran berita, yang ditampilkan dalam buletin pagi, siang, sore, dan malam. Berkat teknologi digital, sebuah media daring bisa memutakhirkan pemberitaan setiap saat, mampu melakukan pelaporan peristiwa secara *real time*, berjalan langsung mengikuti perkembangan peristiwa. Begitu pun juga dengan proses pendistribusian produk yang terdiri dari banyak opsi, mengingat banyaknya platform di internet. Akibatnya, jumlah informasi yang diproduksi dan berlalu-lalang menjangkau publik mengalami peningkatan luar biasa.

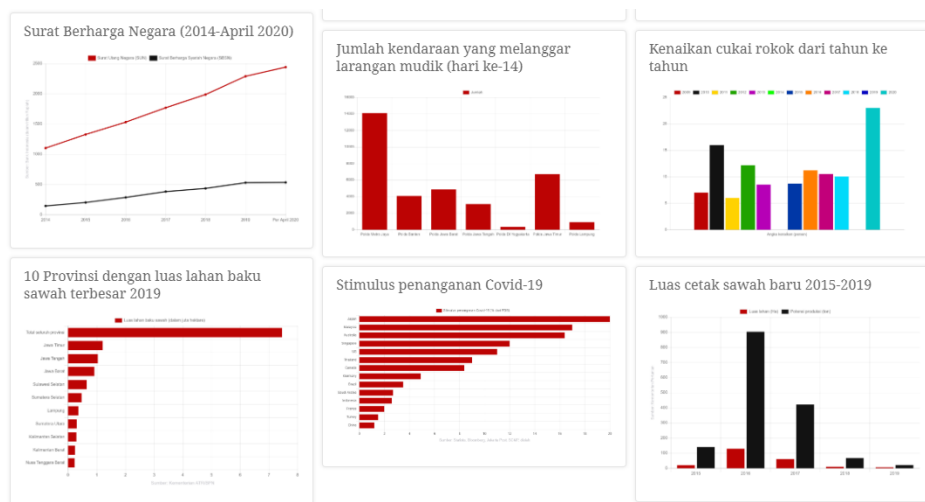
Pertumbuhan jumlah informasi dan data sejak munculnya teknologi digital juga meningkat pesat. Sebuah data menjelma menjadi sesuatu informasi yang dapat dengan bebas dikonsumsi oleh publik. Kolaborasi antara jurnalisme, perkembangan teknologi, serta pertumbuhan arus informasi dan data pun mampu menciptakan inovasi bagi dunia jurnalistik, salah satunya adalah jurnalisme data, yakni kegiatan jurnalisme yang menggunakan data dalam produk jurnalistik yang dibuatnya. Jurnalisme data mirip seperti reportase investigasi, namun secara teknis kedua hal tersebut berbeda. Jurnalisme data menggunakan metode ilmiah dalam pembuatan tulisannya, seperti riset survey, analisis konten, dan survey lapangan.

Berkat jurnalisme data, terjadi perubahan tren penulisan berita pada media daring. Pada studi terdahulu tentang logika jangka pendek jurnalisme daring yang dilakukan oleh Puspita (2015), menunjukkan bahwa jurnalisme daring mengikuti struktur logika jangka pendek dalam budaya kerjanya, yang berimplikasi pada praktik pemberitaan yang ringkas, berkelanjutan, sensasional, dan hanya mementingkan banyaknya jumlah *clickers* dan *viewers*. Hal tersebut menimbulkan permasalahan, dimana jurnalisme daring dipandang tidak

mampu menampilkan kualitasnya. Tuntutan kecepatan dan kompetisi membuat produk jurnalistik daring abai terhadap akurasi sebuah berita. Persoalan akurasi merupakan salah satu faktor yang mendapat perhatian lebih pada beberapa literatur dan kajian ilmiah terhadap jurnalisme daring. Padahal Kovach dan Rosenstiel (dalam Ciptadi dan Armando, 2018) sudah mengingatkan bahwa esensi dari jurnalisme adalah disiplin verifikasi. Haryatmoko (dalam Ciptadi dan Armando, 2018) juga menjelaskan bahwa perlombaan kecepatan dalam menyajikan berita berdampak pada rendahnya akurasi sebuah berita.

Akan tetapi, seiring berjalannya waktu, berdasarkan penelitian terdahulu berjudul “Upaya Agensi Melawan Logika Jangka Pendek Jurnalisme Daring” (Ciptadi dan Armando, 2018), mulai hadir media daring yang tidak mengikuti logika jangka pendek dan membawa perubahan tren penulisan berita menjadi lebih dalam, komprehensif hingga menyertakan berbagai data untuk mendukung kualitas isi berita. Perkembangan jurnalisme data di Indonesia memang belum sepesat di Amerika atau negara-negara di Eropa. Namun, praktik jurnalisme dengan pendekatan jurnalisme data telah dilakukan beberapa tahun belakangan. Media *online* di Indonesia mulai mengadopsi inovasi jurnalisme data dengan memanfaatkan sumber terbuka dari himpunan data besar (*big data*) dan melakukan riset mandiri. Organisasi berita juga tampak memberikan dukungan bagi perkembangan jurnalisme data di Indonesia (Hartinah, 2018).

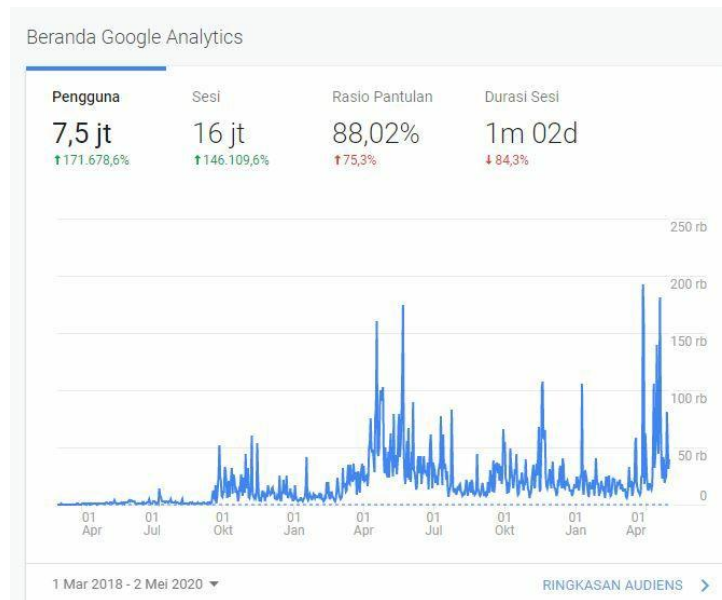
Alinea.id merupakan salah satu media daring di Indonesia yang menerapkan kegiatan jurnalisme data sebagai dasar informasi pemberitaannya. Produk jurnalisme data yang mereka produksi dan distribusikan tersedia dalam bentuk tulisan, foto, video, diagram, hingga infografis yang berkaitan dengan beberapa rubrik dengan cakupan berbagai isu serta pengemasan yang terbilang cukup kreatif.



Gambar 3. Contoh penyajian produk jurnalisme data Alinea.id

Sumber: Alinea.id

Liputan yang dilakukan Alinea.id mencakup tiga hal esensial yang para jajarannya anggap penting bagi semua orang, yakni fakta, data, dan kata. Mereka meyakini, pertalian ketiga hal tersebut akan menghasilkan wawasan yang baik bagi semua pembacanya, dan juga penting saat mereka mengambil keputusan. Walaupun tergolong baru, Alinea.id mampu mengalami peningkatan jumlah pembaca yang cukup signifikan. Dari *traffic data* yang peneliti dapatkan dari Alinea.id, pembaca dalam rentang waktu 1 Maret 2018 hingga 2 Mei 2020 sebanyak 7,5 juta pembaca mengalami kenaikan hingga 171% dari tahun ke tahun. Jumlah pembaca baru dari total jumlah pembaca secara persentase sebesar 42,1% dan jumlah pembaca yang kembali datang (pembaca setia) sebanyak 57,9%.



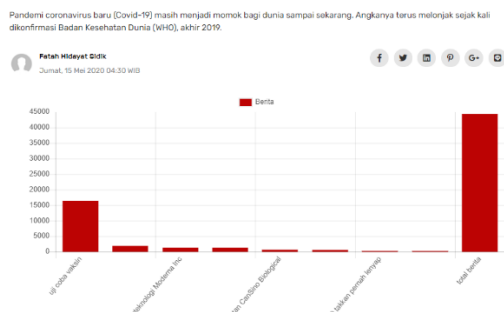
Gambar 4. Data peningkatan pembaca Alinea.id

Sumber: Redaksi Alinea.id (2020)

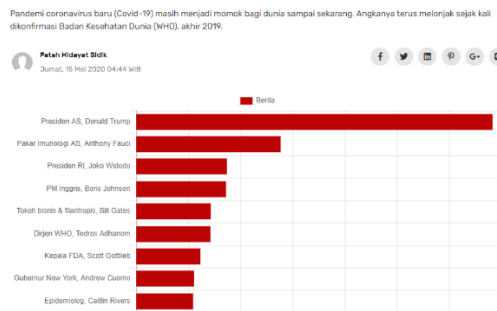
Dari latar belakang di atas maka peneliti tertarik untuk mengkaji perkembangan media daring tanah air yang menitikberatkan kebijakan redaksional dalam menerapkan jurnalisme data. Alinea.id dipilih sebagai studi kasus dalam penelitian ini. Penulis tertarik mengkajinya dengan menggunakan teori difusi inovasi. Teori difusi inovasi yang dikembangkan oleh Rogers (2003) ini secara khusus membahas penyebaran perubahan informasi dalam sistem sosial, termasuk sejauh mana internet dimasukkan ke dalam pengumpulan informasi oleh konsumen. Studi Rogers memaparkan argumen yang solid dari dalam ruang redaksi yang melibatkan perubahan dalam penggunaan dan sikap wartawan terhadap teknologi komunikasi baru. Pendekatan ini secara eksplisit akan memungkinkan peneliti untuk menarik relevansi dengan difusi inovasi lain, khususnya dalam sistem sosial yang didefinisikan secara sempit seperti para jurnalis profesional (Hapsari, 2020: 57). Pada studi sebelumnya yang dilakukan oleh Badri 2019 (dalam Hapsari 2020: 58) dijelaskan bahwa inovasi memiliki proses untuk dapat diadopsi, proses keputusan inovasi terdiri dari lima tahapan yaitu: (1) pengetahuan, (2) persuasi, (3) keputusan, (4) implementasi, dan (5) konfirmasi.

Alinea.id juga dipilih karena media ini memiliki keunikan berupa adanya sebuah *tools* dalam penerapan jurnalisme datanya, yakni sebuah *tools* yang mereka sebut sebagai *Alinea tools*, untuk mendukung jajaran redaksi agar lebih cepat, atraktif, dan terkini dalam memproduksi berita. Dengan *tools* ini juga jajaran redaksi mampu mengetahui berbagai hal seperti data demografi pengunjung media daring, bagaimana persepsi mereka terhadap suatu peristiwa, topik pemberitaan apa yang paling digemari, dan lain sebagainya. Sehingga mampu untuk menjadi referensi bagi jajaran redaksi untuk menentukan pemberitaan yang akan ditayangkan, serta memperkaya topik pemberitaan dari jurnalisme data yang mereka terapkan.

Isu tertinggi soal vaksin Covid-19



Figur terbanyak diberitakan terkait vaksin Covid-19



Gambar 5. Contoh pemberitaan yang dihasilkan dari *Alinea tools*

Sumber: Alinea.id

Media yang menerapkan jurnalisme data di Indonesia belum lah banyak, beberapa diantaranya terdapat Katadata dan Tirto yang menerapkan jurnalisme data seperti Alinea.id. Peneliti memilih Alinea.id, selain karena keunikannya, namun juga karena Alinea.id merupakan media dengan usia termuda yang menerapkan jurnalisme data, yakni sejak 2018. Sementara Katadata dimulai tahun 2012 dan Tirto tahun 2016. Dengan usianya yang muda, berarti Alinea.id merupakan media yang melakukan adopsi jurnalisme data yang paling terbaru dan terjadi belum lama ini, sehingga penelitian terkait bagaimana proses adopsi

jurnalisme data dapat dilakukan, mengingat proses adopsi yang mereka lakukan belum lah terjadi terlalu lampau.

1.2 Pertanyaan Penelitian

Masalah yang dapat dirumuskan lewat latar belakang tersebut ialah sebagai berikut:

Bagaimana proses difusi inovasi pada kebijakan redaksional media daring Alinea.id dalam menerapkan jurnalisme data?

1.3 Tujuan Penelitian

1. Untuk menganalisis kebijakan redaksional Alinea.id dalam menjalankan jurnalisme data sebagai dasar informasi pemberitaannya.
2. Untuk mengetahui proses difusi inovasi jurnalisme data dalam kebijakan redaksional media daring Alinea.id.

1.4 Manfaat Penelitian

Hasil dari penelitian ini diharapkan mampu memberikan beberapa manfaat, berikut di antaranya:

1. Secara akademis, hasil penelitian ini hendak memperkaya karya ilmiah dan referensi ilmu pengetahuan dan dalam bidang ilmu komunikasi, khususnya dalam kajian seputar proses adopsi suatu inovasi.
2. Secara praktis, hasil dari penelitian ini diharapkan mampu menambah wawasan yang lebih mendalam mengenai kajian ilmu tentang bagaimana proses difusi inovasi memengaruhi kebijakan redaksional suatu media massa. Selain itu penelitian ini juga diharapkan mampu menjadi bahan evaluasi untuk pengelola industri media daring yang ingin menerapkan jurnalisme data pada medianya. Hal ini didasari realitas arus globalisasi akan persaingan profesionalitas, kualitas produk, dan layanan yang patutnya disikapi secara tepat oleh pengelola lembaga media..

1.5 Sistematika Penulisan

Guna memudahkan peneliti menyusun skripsi ini, peneliti membuat kerangka sistematika penulisan ialah, ialah sebagai berikut :

BAB I PENDAHULUAN

Bab ini berisikan latar sigifikasi penelitian, rumusan masalah penelitian, tujuan penelitian, manfaat penelitian dan sistematika penulisan.

BAB II TINJAUAN PUSTAKA

Dalam bab ini berisi tinjauan pustaka, penelitian-penelitian terdahulu, konsep-konsep penelitian, teori penelitian, dan kerangka berpikir.

BAB III METODE PENELITIAN

Dalam bab ini berisi uraian terkait metodologi penelitian, tipe penelitian, subyek penelitian, teknik pengumpulan data, teknik analisis data, dan waktu serta lokasi penelitian.

BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

Dalam bab ini berisi deskripsi objek penelitian yakni pembahasan masalah yang diangkat dan penguraian hasil penelitian tentang “Inovasi Kebijakan Redaksional dalam Menerapkan Jurnalisme Data”

BAB V KESIMPULAN

Bab ini berisi kesimpulan dan saran yang dilakukan peneliti berdasarkan pembahasan dan hasil penelitian.

DAFTAR PUSTAKA

Berisikan referensi yang peneliti pakai untuk melengkapi pengumpulan data dalam pembuatan penelitian. Ada yang bersumber dari buku, artikel ilmiah,jurnal penelitian, hingga internet.