

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Digitalisasi media yang dipadukan dengan perkembangan teknologi internet telah mengubah pola praktik jurnalisme. Jurnalisme mengandung arti luas dan mencakup upaya mencari, mengumpulkan dan menyebarkan informasi yang mengandung nilai penting dan berdampak signifikan bagi publik (Ashari, 2019). Era digital telah membawa perubahan terhadap praktik jurnalisme konvensional menjadi jurnalisme media digital dengan karakteristik pengolahan berita dan distribusi yang cepat untuk sampai kepada khalayak dan dapat dipercaya (Waluyo & Maida, 2022).

Transformasi jurnalisme dari media konvensional hingga berada di era digital menjadi sebuah tantangan bagi institusi media dalam mengolah produk jurnalistik berupa berita. Kebutuhan masyarakat akan informasi yang cepat memicu terjadinya beberapa perubahan dalam proses pengumpulan berita, yakni menjadi *curative journalism* dimana pengumpulan berita diperoleh dari sumber lain kemudian diolah dan dikumpulkan ke dalam satu tempat (Waluyo, 2019). Perubahan ini kemudian memunculkan pertanyaan bagaimana kerja redaksi dalam institusi media massa memastikan sebuah informasi adalah benar adanya sehingga menjamin akurasi sebelum tayang ke publik.

Kehadiran jurnalisme digital juga didukung dengan adanya media sosial sebagai *platform* digital yang dapat memuat banyak informasi. *Platform* ini juga muncul dengan berbagai bentuk aplikasi beragam seperti *Instagram*, *Twitter*, *Facebook*, dan *YouTube*. Informasi yang beredar pada sosial media tersebut dapat dijadikan alternatif sumber dalam proses jurnalistik untuk dijadikan sebuah berita. Media sosial telah menjadi sumber informasi yang dipuja dan kemudian dibaca dengan seksama oleh para jurnalis (Rahmatullah & Yuliati, 2022).

Produk jurnalistik era digital juga dituntut untuk siap ditayangkan secara cepat dan ringkas, hingga terkadang tidak mendahulukan akurasi dan disiplin verifikasi. Pemilihan nilai berita yang tayang pada media sosial kian mengalami perubahan. Produksi berita yang diambil dari berita yang viral di media sosial sekaligus menyertakan komentar *netizen* menjadi hal wajar, karena peristiwa menarik dan berpotensi menjadi informasi yang banyak diminati audiens akan dipilih sebagai produk yang layak jual dan menghasilkan *traffic* yang tinggi.

Kemampuan media sosial untuk berbagi berita membantu pekerjaan jurnalis, meskipun masih diperdebatkan apakah media sosial berpengaruh pada profesionalisme dan jurnalisme secara keseluruhan Weaver & Willnat (dalam Rahmatullah & Yuliati, 2022). Penyebarluasan informasi melalui media sosial oleh media berita menuntut pertanggungjawaban pada pemenuhan etika jurnalistik yang akan membedakan produk jurnalistik dan informasi. Pemenuhan etika jurnalistik juga akan memberikan kategori yang jelas antara hoaks atau informasi palsu sehingga bisa dipertanggungjawabkan akurasinya (Lestari, 2020).

Era jurnalisme digital menjadi lebih kuat diikuti dengan data survei pengguna media sosial yang dilakukan oleh *Reuters Institute* bekerja sama dengan University Oxford dan dipublikasi oleh *kompas.com* pada tahun 2022, bahwa *YouTube* menjadi *platform* terbesar kedua dalam hal penyebaran berita dan informasi dengan presentase 46 persen di bawah *whatsapp* dengan presentase sebesar 54 persen.



Gambar 1. | Data Pengguna Media Sosial 2022

Sumber: (Newman et al., n.d.)

Tingginya pengguna media sosial *YouTube* inilah, menjadikan jurnalisme digital hadir sebagai penyedia informasi yang dapat dengan mudah dan cepat diakses. Mudahnya akses media sosial *YouTube* sejalan dengan kebutuhan informasi masyarakat yang juga ikut meningkat. Di era jurnalisme digital sendiri, para jurnalis dituntut untuk mengikuti kondisi pembaca di dunia maya, dimana informasi dituntut untuk serba cepat. Distribusi informasi semakin cepat dan khalayak juga menerimanya secara cepat (Marhamah, 2021).

Keberadaan media sosial *YouTube* sebagai wadah media berita untuk bertransformasi juga tidak lepas dengan kegiatan komersial didalamnya. Menurut Setiawan (2020) anggota sekaligus ketua komisi pemberdayaan dewan pers mengatakan di Indonesia dengan menjamurnya media siber maka platform digital ini menjadi mesin pembagi konten sekaligus sumber pemasukan bagi perusahaan media, ketika platform digital *YouTube* digunakan media berita sebagai saluran membagikan kontennya, maka media berita tersebut juga akan

mendapatkan penghasilan berdasarkan dari jumlah penonton video pada akun *YouTube*. Hal tersebut kemudian mengubah pola kerja media pemberitaan termasuk media arus utama. Praktik jurnalisme digital oleh institusi media memunculkan persoalan baru mengenai bagaimana proses pengolahan berita jika dikaitkan dengan etika jurnalistik yang harus menggali lebih dalam mengenai informasi untuk diproses menjadi sebuah berita, sedangkan jurnalisme digital mengandalkan kecepatan untuk memenuhi informasi publik.

Persoalan media sosial sebagai ruang publikasi berita juga rentan terhadap berita-berita hoaks. Sirkulasi informasi yang beredar di sosial media menjadi penyebab banyak munculnya hoaks. Maraknya informasi yang tidak berkualitas beredar di sosial media membuat alur informasi berjalan tidak beraturan, hal ini membuat masyarakat pengguna sosial media tidak sedikit yang percaya pesan-pesan tersirat yang beredar di sosial media tanpa mencari tahu kebenaran informasi tersebut (Arif & Miswar, 2020). Survei Mastel yang dipublikasi oleh *tirto.id* menunjukkan 92,40 persen masyarakat menerima hoaks melalui media sosial.



Gambar 1. 2 Data Media mainstream penyumbang hoaks:

Sumber: (Hoaks Dan Bahaya Rendahnya Kepercayaan Terhadap Media, n.d.)

Di tengah kecanggihannya transformasi jurnalisme digital, *Tribun Jogja* sebagai institusi media surat kabar ikut memanfaatkan media sosial sebagai wadah untuk menyebarkan informasi. *Tribun Jogja* telah membuka *channel YouTube* sejak 2013 dengan nama akun *Tribun Jogja Official*. Hingga penelitian ini dilakukan pada periode awal tahun 2022 hingga awal tahun 2023, *channel YouTube* tersebut telah memiliki lebih dari satu juta *subscribers* dan terdapat 17.000 video telah diunggah. Jumlah ini terbilang tinggi jika dibandingkan dengan *channel YouTube* surat kabar lokal lain seperti Kedaulatan Rakyat TV yang memiliki 14.000 *subscribers*, dimana awal bergabung dengan *YouTube* juga tidak jauh berbeda dengan *Tribun Jogja* yakni di tahun 2014. Selain itu, terdapat Radar Jogja yang memiliki 54.900 *subscribers* dan telah bergabung dengan *YouTube* sejak tahun 2018. Penggunaan media sosial *YouTube* oleh *Tribun Jogja* menjadikan institusi media lokal tersebut entitasnya dikenal oleh masyarakat global.

Tingginya *traffic YouTube channel* *Tribun Jogja* didukung oleh konten-konten yang disajikan didalamnya. Berdasarkan riset awal yang dilakukan peneliti melalui wawancara dengan Bramasto, redaktur *Tribun Jogja* pada 3 April 2023, memaparkan berita yang disajikan dalam *channel YouTube* tersebut bukan saja berasal dari berita lokal, namun juga memuat berita internasional. Pada tanggal 31 Maret 2023, *Tribun Jogja* mengunggah video yang berjudul "Rusia Tetap Info ke Amerika Soal Uji Coba Rudal" dalam video tersebut terlihat *Tribun Jogja* menyertakan sumber video yang berasal dari *channel YouTube* bertuliskan Bahasa Rusia. Hal ini dapat menjadi pertanyaan tentang bagaimana tim redaksi memastikan bahwa sumber tersebut telah terverifikasi.



Gambar 1. 3 Berita Tribun Jogja

Sumber: ((251) Rusia Tetap Info Ke Amerika Soal Uji Coba Rudal - YouTube, n.d.)

Tribun Jogja sebagai media lokal idealnya menyajikan berita-berita yang sejalan dengan keberadaan perusahaan media tersebut berada untuk memenuhi kebutuhan informasi kepada masyarakat lokal. McQuail dalam Hamer, 2016 yang dikutip oleh (Pamungkas & Pramesti, 2021) menyatakan bahwa media lokal berhubungan dengan aspek geografis spesifik yang menyediakan kebutuhan (dalam hal ini informasi dan komentar) bagi pembaca lokal dan sarana mengekspresikan kebudayaan lokal. Namun, temuan awal peneliti pada akun *YouTube Tribun Jogja* terdapat berita-berita internasional yang lebih mendominasi dibandingkan berita-berita lokal. Ini artinya, *Tribun Jogja* memiliki segmentasi pembaca pada akun *YouTube* tersebut tidak hanya berasal dari warga lokal saja tetapi juga dapat dijangkau oleh pembaca global.

Bramasto juga memaparkan penyajian berita internasional ditayangkan karena berita tersebut mendapatkan jumlah penonton paling tinggi di *channel YouTube Tribun Jogja*. Berdasarkan pernyataan tersebut, peneliti berasumsi bahwa berita-berita internasional yang diangkat hanya berdasar pada jumlah penonton yang diperoleh. Hal ini menunjukkan bahwa penggunaan media sosial *YouTube* dalam ranah jurnalisme digital membuat *entrepreneurship* menjadi

bagian dari pekerjaan jurnalistik. Artinya, konten berita yang akan dicari dan dimuat menjadi pertimbangan apakah memenuhi target pasar atau tidak (Waluyo, 2019).

Proses jurnalistik konvensional yang memerlukan beberapa tahapan dalam mengolah berita seperti pencarian berita, produksi berita, dan publikasi berita, menjadi bergeser dengan adanya jurnalisme digital. Proses verifikasi berita tidak hanya dapat dilakukan dengan wawancara langsung kepada narasumber, tetapi informasi yang dibutuhkan dapat diperoleh dari media sosial. Kencangnya arus informasi media sosial juga menjadi tantangan bagi instansi media mengenai proses verifikasi, sebelum sebuah berita didistribusikan melalui platform media sosial. Praktik jurnalisme media sosial YouTube memberikan ragam bahwa produksi berita didasarkan pada traffic media sosial dan menyesuaikan ramainya pembaca, hal ini menjadikan institusi media juga menyajikan berita internasional disertai dengan pencantuman berbagai sumber informasi yang diperoleh di media sosial. Penelitian ini bertujuan untuk meninjau bagaimana praktik etika jurnalisme digital yang dilakukan tim redaksi di tengah segala tantangan di era digitalisasi media pada akun *YouTube Official Tribun Jogja*.

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan uraian latar belakang masalah yang telah dikemukakan sebelumnya, maka fokus rumusan masalah dalam penelitian ini adalah "Bagaimana praktik etika jurnalisme digital pada channel *YouTube Tribun Jogja Official*?"

1.3 Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah di atas maka tujuan yang akan dikaji lebih lanjut adalah bersifat eksploratif dengan menggali lebih lanjut mengenai praktik etika jurnalisme digital pada channel *YouTube Tribun Jogja Official*.

1.4 Manfaat Penelitian

Manfaat yang diharapkan dari hasil penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Manfaat Teoritis

Hasil penelitian ini diharapkan dapat menambah wawasan dan pengetahuan bagi pembaca mengenai perkembangan jurnalisme di era digital. Penelitian ini juga diharapkan dapat menambah referensi bagi peneliti berikutnya.

2. Manfaat Praktis

Penelitian ini diharapkan dapat menjadi bahan evaluasi bagi instansi *Tribun Jogja* dalam melakukan praktik jurnalisme digital dan pemenuhan etika dalam produksi berita.

