

BAB I

PENDAHULUAN

1.1. Latar Belakang

Saat ini manusia dihadapkan dengan era *Society 5.0* dimana manusia dapat menghadapi berbagai masalah sosial dengan memanfaatkan berbagai macam teknologi. Perkembangan teknologi yang sangat masif akan menimbulkan disrupsi teknologi pada berbagai aspek kehidupan. Schwab (2019) menjelaskan bahwa untuk menciptakan bentuk bisnis yang lebih produktif, regeneratif dan restoratif, maka kesempatan bagi dunia industri perlu diberikan dalam memanfaatkan sumber daya teknologi secara efektif dan efisien. Sedikit berbeda dengan masyarakat 4.0 yang mana manusia memiliki kebebasan mengakses berbagai informasi lewat internet, masyarakat 5.0 merupakan konsep dimana teknologi merupakan bagian dari kehidupan manusia itu sendiri. Menghadapi tantangan Revolusi Industri 4.0, masyarakat Indonesia perlu melek data, melek teknologi, dan melek humanistik untuk memahami hal tersebut. Untuk meningkatkan layanan publik dan komersial, diperlukan literasi data guna meningkatkan keterampilan dalam menganalisis dan mengolah big data. Selain itu, literasi teknologi diperlukan untuk menunjukkan kemampuan memanfaatkan teknologi digital untuk mengolah data dan informasi. Pada saat yang sama, literasi manusia digunakan sebagai elemen pengembangan kepribadian untuk memungkinkan kolaborasi, adaptasi, dan inovasi. (Elitan, 2020).

Disrupsi teknologi berimbas pada aspek kehidupan manusia, salah satunya adalah media massa terutama media massa konvensional seperti

surat kabar, majalah, televisi, radio, dan film. Hal ini karena adanya media baru seperti media sosial dan media online. Steele (2014) memberikan penjelasan bahwa teknologi berkembang sangat pesat dalam mengumpulkan, memproses dan menyampaikan berita guna menciptakan kemungkinan yang dinamis, namun seringkali tercipta liputan distortif dan berkualitas rendah. Khatimah (2018) menambahkan bahwa peran media menjadi penting bersamaan munculnya berbagai media di tengah masyarakat. Saat ini kehidupan masyarakat tak bisa terlepas dari keberadaan media. Kondisi perkembangan media sosial membuat jangkauan komunikasi manusia menjadi sangat luas.

Beberapa tahun lalu, keberadaan surat kabar dipandang akan tergerus oleh media televisi. Surat kabar tidak memiliki banyak pengaruh setelah adanya televisi. Hal ini dibuktikan dengan banyaknya perusahaan surat kabar di kota-kota besar mengalami kerugian hingga bangkrut. Tetapi sejak tahun 70'an, surat kabar mampu bertahan walaupun melalui proses yang tidak mudah. Surat kabar dengan penyajian baru dan inovatif masih mampu bertahan khususnya di daerah pinggiran kota. Tidak berbeda jauh dengan surat kabar, majalah juga harus bertahan dengan mengadaptasi tren terbaru. Beberapa macam majalah yang masih mampu bertahan biasanya adalah majalah bertema khusus seperti majalah wisata, olahraga, atau berita-berita ilmiah.

Radio juga merupakan salah satu media yang tergeser keberadaannya dengan munculnya televisi walaupun masih memiliki

banyak peminat. Hal ini terjadi karena cakupan siaran radio semakin sempit, maka yang mampu bertahan adalah siaran radio-radio di daerah lingkup kecil saja. Radio menghadapi tantangan yang hampir mirip dengan televisi dan majalah, namun terbantu oleh adanya penemuan transistor yang membuatnya lebih ringkas (Khatimah, 2018). Setelah radio, media baru berupa televisi muncul yang kemudian memiliki peminat yang lebih banyak dari media lain. Hal ini karena televisi memiliki siaran yang dapat dilihat dan didengarkan oleh masyarakat.

Khatimah (2018) menjelaskan bahwa dua jenis media yang telah diuraikan tersebut di atas memiliki sejarah dan karakter yang berbeda. Masyarakat sangat membutuhkan media cetak maupun siaran sebagai sarana komunikasi massa. Walaupun media massa mengalami peningkatan dan penurunan, perusahaan media harus mampu memanfaatkan teknologi meningkatkan sumber daya manusia dalam menciptakan terobosan dalam penyampaian informasi. Media massa saat ini tidak hanya memproduksi media cetak dan siaran, melainkan berkembang menjadi media online (Khatimah, 2018).

Untuk mempermudah pembaca mendapat informasi atau berita, surat kabar di Indonesia kini telah memiliki alamat website resmi yang memuat informasi atau berita yang tertulis dalam media cetaknya. Sehingga para pembaca yang sangat sibuk dan tidak ada waktu membeli surat kabar cetak dapat menikmatinya dengan membuka di surat kabar secara online. Tidak hanya lembaga resmi penyiaran informasi yang memiliki alamat website, tetapi juga

perorangan atau lembaga lain seperti universitas, sekolah, lembaga pemerintahan, dan lain-lain. Disusul kemudian, media siaran seperti radio dan televisi pun memiliki alamat website yang menyajikan berbagai informasi berkaitan dengan siaran yang mereka tayangkan. Saat ini media online sangatlah membantu masyarakat dalam efisiensi penyebaran informasi secara cepat dan luas.

Keberadaan media sosial memiliki peranan penting bagi berbagai bidang termasuk layanan informasi. Media sosial digunakan oleh perusahaan surat kabar karena mempunyai berbagai kelebihan dan nilai lebih yang dimanfaatkan oleh perusahaan maupun organisasi. Media sosial bermanfaat sebagai alat interaksi antara perusahaan dengan pengunjung menjadi lebih dekat dan mempermudah pelanggan dengan tidak perlu datang ke perusahaan jika memiliki kepentingan. Pengunjung dapat berinteraksi secara online, seperti *online shop*, *online ticketing*, dan lain-lain. "TikTok" merupakan salah satu media sosial yang menjadi alternatif pilihan dalam menyampaikan sebuah informasi atau berita berupa gambar, suara dan video (Susilowati, 2018).

Dikutip dari www.theatlantic.com yang diakses pada 19 Januari 2023 menjelaskan bahwa, Tiktok adalah aplikasi yang paling populer di kalangan masyarakat saat ini. Masyarakat dapat mengunduh aplikasi Tiktok secara mudah pada *gadget* mereka. Media sosial TikTok bersaing ketat dengan media sosial lain seperti YouTube, Instagram, Facebook, Messenger, dan lain-lain. Di dalam aplikasi TikTok kita dapat menikmati berbagai macam fitur seperti filter dan efek *Augmented Reality* (AR). Fitur *Augmented Reality* (AR) adalah jenis

teknologi interaktif 3D yang menggabungkan sebuah objek nyata dengan objek virtual.

Dalam perkembangannya Aplikasi TikTok sudah masuk ke Indonesia dan dikenal masyarakat pada tahun 2018-2019 meskipun belum *viral* seperti akhir-akhir ini. Seiring berjalannya waktu, di tahun 2020 Aplikasi TikTok mulai memiliki banyak penggemar dan berkembang dengan signifikan yang kemudian menciptakan budaya populer di Indonesia. Pada awalnya TikTok dianggap sebagai stigma atau sesuatu yang membawa pengaruh negatif karena dianggap hanya aplikasi untuk hiburan saja bahkan aplikasi ini pernah diblokir oleh Kementerian Informasi dan Informatika (Kominfo) pada tanggal 3 Juli 2018 untuk beberapa saat sampai konten-konten tidak pantas ataupun konten ilegal dihapus oleh pihak TikTok. Namun sekarang, TikTok telah meningkatkan penyaringan konten-konten yang layak disiarkan serta masyarakat sudah dapat memanfaatkannya dengan tujuan yang baik. Selain sebagai sarana hiburan, aplikasi Tiktok juga dimanfaatkan sebagai sarana informasi, edukasi, bisnis dan sebagainya. Pengguna TikTok bukan hanya dari kalangan masyarakat biasa, kalangan selebritis, influencer, perusahaan jasa maupun produk, bahkan portal berita seperti KompasTV.news, Patroli Indosiar, dan Liputan 6 juga memanfaatkan TiTok sebagai sarana penyampaian informasi dan berita. Selain itu program berita televisipun juga memanfaatkannya seperti Official Inews, CNN Indonesia, Liputan 6, Portal Indosiar dll.

TikTok merupakan aplikasi *social networking* atau sistem pada perangkat gawai dimana para pengguna dapat mengolah klip video pendek dengan

berbagai tema, *filter* dan musik latar yang kemudian dapat disimpan dan dibagikan secara online. Pada awalnya Tiktok berfungsi sebagai media hiburan. Namun, seiring berjalannya waktu fungsi Tiktok makin meluas. Para pengguna Tiktok makin kreatif dan memanfaatkan media tersebut sebagai media untuk berbisnis, media untuk promosi, media edukasi dan media untuk menyalurkan hobi.

Selain itu, akibat tingginya peminat serta pengguna aplikasi Tiktok seperti program berita di televisi dan website berita online dapat menambah jangkauan pembaca berita di aplikasi Tiktok. Maka dari itu, fungsi Tiktok pun bertambah menjadi media penyampaian berita. Berita-berita tersebut dikemas menyesuaikan dengan format video Tiktok yaitu dengan maksimal durasi 3 menit dan juga dikemas sepraktis mungkin.

Berita yang disampaikan melalui aplikasi Tiktok tentunya memiliki kelebihan dan kekurangan. Kelebihannya yaitu yang pertama, lebih praktis. Masyarakat saat ini terbiasa dengan sesuatu yang praktis. Melalui aplikasi Tiktok pada smartphone, masyarakat akan lebih terbantu ketika menonton berita karena selain cara mengaksesnya yang mudah, berita melalui aplikasi Tiktok dapat ditonton berulang kali dibandingkan media massa yang lainnya seperti televisi dan radio.

Kedua, lebih menarik. Berita yang disampaikan melalui aplikasi Tiktok ini menggunakan format atau dibuat sekreatif mungkin sesuai dengan perkembangan zaman agar menarik minat masyarakat. Ketiga, isi berita yang disampaikan melalui aplikasi Tiktok ditampilkan dengan durasi yang singkat

yang membuat masyarakat merasa lebih nyaman dan tidak merasa bosan saat menonton beritanya. Akan tetapi, terdapat kelemahan pada cara penyajian berita dengan durasi singkat seperti yang dibidang sebelumnya. Durasi singkat dan penyajian berita yang *to the point* memang lebih tidak bertele-tele, tetapi pada beberapa berita terkadang masih kurang detail dan pesan yang ingin disampaikan tidak diterima dengan jelas dan membuat masyarakat simpang siur dengan berita tersebut. Aplikasi Tiktok, dimana saat ini merupakan salah satu media sosial sekaligus media massa memang memudahkan penontonnya untuk menerima berita karena aksesnya yang mudah, penyajian beritanya yang dinilai menarik, dan isi berita *to the point*.

Perkembangan dalam media sosialpun juga dimanfaatkan di ranah jurnalisme dengan melakukan berbagai inovasi dalam penyampaian berita. Terlebih lagi kebutuhan informasi, keinginan dan perilaku publik juga mengalami perubahan secara signifikan. Sehingga kemudahan media sosial Tiktok ini dapat menjadi akses bagi jurnalis untuk menyampaikan berita. Bahkan tidak hanya jurnalis profesional, saat ini setiap orang dapat menjadi *content creator* untuk memberikan informasinya. Tentu ini akan mempengaruhi kualitas dari informasi yang beredar di Tiktok. Kovach dan Rosenstiel (2004) menjelaskan bahwa saat ini perkembangan teknologi dapat menurunkan jurnalis profesional dalam mengungkapkan kebenaran isi berita. Keberadaan *mixed media culture* atau budaya media campuran sudah menggantikan fungsi jurnalisme klasik yaitu upaya dalam penyajian laporan yang akurat dan dapat dipercaya.

Berita di Tiktok memiliki penampilan dan penyajian yang berbeda dari berita yang ada di media lain. Berita disajikan secara audio dan visual dengan durasi 15 detik sampai 3 menit serta terdapat kolom *caption* yang berisi keterangan dari video. Visual dari berita yang disajikan di Tiktok lebih bebas dan beragam sehingga bisa menarik jumlah penonton untuk melihatnya. Meski memiliki fitur yang lebih menarik dan bebas, seharusnya informasi atau berita yang disajikan di Tiktok tetap akurat dan sesuai dengan gaya jurnalisme yang baik dan benar serta tidak melanggar kode etik jurnalisme. Namun kenyataannya, ada beberapa akun berita yang menyajikan informasi dengan gaya yang tidak sesuai dengan gaya jurnalisme seharusnya.



Gambar 1.1. Cover Salah Satu Berita di Tiktok

Sumber :

https://www.tiktok.com/@patroli.indosiar/video/7220345177838341403?is_from_webapp=1&sender_device=pc&web_id=7167124423253804545

Berbagai media pemberitaan yang ada di televisi, koran dan lainnya kini ikut menggunakan Tiktok untuk menyajikan beritanya. Gambar diatas adalah salah satu contoh akun berita di Tiktok. Patroli adalah salah satu program berita yang ditayangkan di *chanel* televisi Indosiar yang akhirnya memiliki akun

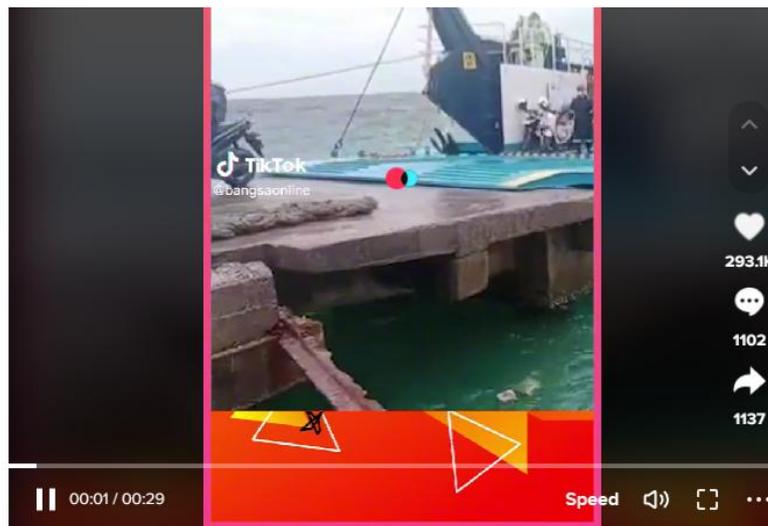
Tiktok dengan nama patroli_indosiar. Akun patroli.indosiar memiliki 2,3 juta pengikut dan mendapatkan 40,9 juta suka dari total keseluruhan video. Video yang diunggah selalu berhasil mencapai *FYP* dengan jumlah penonton tertinggi hingga 1 juta *views*. Namun gaya pemberitaan yang disajikan patroli.indosiar memiliki perbedaan yang sedikit melenceng dari gaya jurnalisme yang seharusnya.

Gambar 1.1 adalah cover tiktok yang merupakan tampilan awal sebelum video diklik untuk diputar. Dalam cover tersebut dituliskan sebuah judul yakni “TERCIDUK BAWA CAIRAN DAN OBAT MENCUR1G4K4N, REMAJA INI SAMPAI BERANI BERSUMPAH “. Kemudian berita video berdurasi 42 detik ini, disajikan dengan menyampaikan alur cerita ke dalam naskah yang dibacakan oleh seorang presenter. Berikut adalah isi naskah pada detik 00.00 sampai 00.10.

“HAH / OLI DI BOTOL MINUMAN? KERAJINAN BANGET DIPINDAHIN // SEKALIAN SAHUR ATAU BEGIMANA ? HAH (TERTAWA) / INI NIH KELAKUAN ABG NANGGUNG DI JALAN IR. H. JUANDA / BANDUNG / JAWA BARAT // PETUGAS NEMUIN LAGI SERBUK OBAT / EH MALAH NGOTOT KATANYA BUKAN PUNYA DIA //“

Dapat kita lihat, penulisan tata bahasa pada teks berita diatas adalah tidak baku dan tidak sesuai dengan kaidah EYD Bahasa Indonesia. Sebagai contoh pada bagian judul berita, seharusnya menggunakan huruf yang tepat, tetapi patroli.indosiar membubuhkan angka 4 sebagai pengganti huruf a dalam kata “MENCURIG4K4N”. Pada teks berita sebagai contoh kata *nemuin*, adalah tata bahasa yang tidak sesuai dengan EYD yang seharusnya diganti dengan

“menemukan”. Kemudian pada isi judul berita, dituliskan dengan kalimat *clickbait* yang terkesan sangat sensasional, sedangkan isi berita tidak disampaikan secara detail sesuai dengan 5W + 1H beserta keseuaiannya terhadap Kode Etik Jurnalistik.



Hampir Saja Motornya Berenang, Lokasi Kejadian Sumenep Madura #tiktokberita

Gambar 1.2 Pemberitaan di akun Tiktok

Selanjutnya adalah media pers bernama bangsaonline.com. Akun ini memiliki 5,4 juta pengikut dan telah mendapatkan 250,7 juta suka dari keseluruhan video dengan klaim pada biografi bertuliskan “Cepat, Lugas dan Akurat”. Tetapi dapat kita lihat pada gambar 1.3 diatas, di video tersebut tidak dituliskan judul hanya terdapat keterangan “Hampir Saja Motornya Berenang, Lokasi Kejadian Sumenep Madura #tiktokberita #bangsaonline”. Video berdurasi 29 detik tersebut hanya video asli yang tidak memiliki informasi berupa tulisan maupun suara dari seorang presenter. Sehingga informasi yang ditampilkan kurang begitu jelas.

Dapat kita lihat bahwa kebebasan menciptakan informasi di Tiktok menciptakan gaya pemberitaan yang berbeda dari jurnalisme konvensional sebelumnya. Tanpa harus menjadi lembaga jurnalisme yang terverifikasi, siapapun dapat membuat akun berita di Tiktok dan menyebarkan informasi. Dikutip dari nasional.tempo.com, Dewan Pers Yosep Stanley menyatakan bahwa hanya segelintir media online Indonesia yang terverifikasi oleh Dewan Pers. Dari 2000 media online, hanya ada 211 media profesional. Hal ini tentu akan mempengaruhi gaya pemberitaan yang ada di Tiktok. Kita ketahui bahwa pers nasional memiliki peran sebagai media informasi, pendidikan, hiburan, dan kontrol sosial.

Seperti yang tercantum dalam UU Pers Pasal 3 Ayat 1. Pers nasional memiliki kewajiban menyajikan berita peristiwa dan opini dengan menaati norma-norma agama dan rasa kesusilaan masyarakat dan asas praduga tak bersalah (UU Pers Pasal 5 Ayat 1). Dalam praktiknya, pers tidak terlepas dari orang-orang yang berperan didalamnya, yaitu wartawan. Wartawan harus mempunyai dan mematuhi Kode Etik Jurnalistik (UU Pers Pasal 7 Ayat 2). Selain itu, dalam Kode Etik Wartawan Indonesia Nomor 03/SK-DP/III/2006 Pasal 1, wartawan Indonesia wajib memiliki sikap bebas atau independen, menciptakan berita yang akurat, berimbang, dan tidak memiliki niat buruk.

Setiap individu mempunyai penilaian sendiri sesuai dengan pengalaman kesadarannya terhadap kualitas media. Namun, kualitas jurnalistik pada sebuah berita dapat dilihat dari teknik penulisan berita dan struktur berita. Teknik penulisan berita harus memperhatikan unsur-unsur 5W 1H, yaitu *what*, *when*, *where*, *who*, *why*, dan *how*, serta menerapkan struktur berita berupa piramida

terbalik. Struktur piramida terbalik merupakan struktur penulisan berita yang menyajikan informasi penting di awal kemudian informasi pendukung setelahnya. Keselarasan judul dan isi berita yang disampaikan harus terbentuk untuk menciptakan kualitas jurnalistik. Dalam menentukan judul berita harus menarik dan mencerminkan isi berita. Namun, penulisan judul berita harus menghindari judul yang *clickbait* yang bertujuan menarik pembaca untuk membaca berita tetapi menjurus ke manipulasi atau pengebakan karena isi berita tidak relevan dengan judul yang ditulis secara berlebihan atau bisa disebut bombastis.

Penggunaan bahasa harus diperhatikan dalam menyusun berita agar dapat dikategorikan sebagai berita yang berkualitas. Tri Adi Sarwoko dalam Husen Mony (2020:3) menjelaskan bahwa dalam menyampaikan informasi, wartawan harus menggunakan bahasa yang komunikatif agar mudah diterima oleh pembaca. Bahasa jurnalistik menerapkan kaidah Ejaan Yang Disempurnakan (EYD).

Secara praktis, hasil penelitian akan bermanfaat untuk menjadi rujukan bagi penyempurnaan Kode Etik Wartawan dalam melaksanakan tugasnya dalam Era 5.0 sekarang ini dimana kekuatan teknologi internet menjadi andalannya. Secara sosial, hasil penelitian akan bermanfaat untuk mengurangi bahkan menghilangkan pemberitaan bersumber pada kebohongan, prasangka dan fitnah yang banyak ditengari terjadi sebagai bagian dari praktek kebenaran era paska kebenaran sekarang ini.

Secara normatif, ketentuan dalam Undang-Undang Pers dan Kode Etik Wartawan secara jelas mengatur bagaimana wartawan harus bekerja saat memproduksi berita di ranah masing-masing. Tulisan yang akurat, berimbang,

faktual, bersumber jelas, mencantumkan rujukan visual pada sumber, tidak memparodikan, tidak menyebarkan fakta dan opini, tidak mengandung hoaks, fitnah, sadis dan cabul, tidak mencantumkan data diri korban kejahatan dan menyinggung Identitas Anak, menulis berita tanpa prasangka atau diskriminasi berdasarkan ras, suku, agama, warna kulit, bahasa, jenis kelamin dan tidak meremehkan orang tidak mampu, lemah sakit atau difable.

Fenomena yang terjadi sekarang ini, masih banyak dijumpai adanya pemberitaan di Tiktok yang tidak sesuai dengan teknik penulisan jurnalistik dan Kode Etik Wartawan yang berlaku. Penelitian ini akan fokus untuk mendeskripsikan bagaimana kualitas jurnalisme pada berita video di *platform* Tiktok.

1.2. Perumusan Masalah

Meninjau dari latar belakang yang sudah dipaparkan tersebut, Adapun berbagai permasalahan mengenai pemberitaan melalui media massa di Indonesia. Secara normatif, ketentuan dalam UU Pers dan Kode Etik Wartawan dengan jelas menggambarkan bagaimana jurnalis harus bekerja dalam menghasilkan pemberitaan di media masing-masing.

Dalam realita yang ada, masih dijumpai adanya pemberitaan yang tidak sesuai dari teknik penulisan jurnalistik serta penerapan Kode Etik Wartawan. Indikasi penyimpangan lebih banyak ditemui pada media online dibandingkan dengan media konvensional. Penelitian ini akan fokus untuk mendeskripsikan kualitas jurnalisme berita video di platform Tiktok.

1.3. Tujuan Penelitian

Tujuan penelitian ini untuk menjelaskan kualitas jurnalisme berita video pada media baru yang diaktualisasi dalam pemberitaan pada akun berita di platform Tiktok.

1.4. Manfaat Penelitian

1.4.1. Akademis

Penelitian ini diharapkan bisa memberikan deskripsi serta analisis bagaimanakualitas jurnalisme dalam pemberitaan pada akun berita di platform Tiktok yang dapat digunakan menjadi referensi dalam melakukan sebuah studi kajian media.

1.4.2. Praktis

Penelitian ini diharapkan bisa dijadikan sebagai rujukan bagi media di Indonesia agar dapat menyampaikan berita yang berkualitas untuk masyarakat. Hasil penelitian akan bermanfaat untuk menjadi rujukan bagi penyempurnaan Kode Etik Wartawan

1.4.3. Sosial

Penelitian ini diharapkan bisa dijadikan tambahan pengetahuan serta menjadi bahan rujukan untuk masyarakat agar dapat lebih menyaring berita yang disampaikan oleh suatu media. Melalui penelitian ini, diharapkan akan bermanfaat untuk mengurangi bahkan menghilangkan pemberitaan bersumber pada kebohongan, prasangka dan fitnah.

1.5. Kerangka Pemikiran Teoritis

1.5.1. Paradigma Penelitian

Paradigma sebagai perangkat kepercayaan yang mendasari serta membimbing tindakan (Denzin dan Lincoln, 2009). Penelitian harus didasarkan pada sebuah tumpuan atau acuan supaya penelitian yang dilakukan dapat berjalan dengan runtut. Paradigma berhubungan dengan prinsip dasar, atau prinsip awal. Terdapat lima tipe paradigma, yaitu konstruktivisme, positivisme, post-positivisme, *partisipatory*, dan *critical theori*. Paradigma merupakan peta pikiran suatu penelitian dalam memandang realita suatu persoalan dan teori. Paradigma penelitian adalah cara peneliti mengerti persoalan tertentu dengan kriteria untuk menemukan penyelesaian masalah. Paradigma konstruktivis dapat dikatakan menyerupai paradigma antithesis dari paham yang meletakkan objektivitas dan pengamatan dalam menemukan suatu fakta atau ilmu pengetahuan. Paradigma konstruktivis dapat dikategorikan sebagai salah satu sudut pandang dalam tradisi sosial dan budaya. Paradigma ini menyebutkan bahwa ciri-ciri ssuatu hal tercipta dari objek pembicaraan, bahasa yang digunakan dalam menjabarkan konsep kita, dan bagaimana kelompok sosial beradaptasi pada pengalaman umum mereka. Dalam mekanisme pembentukan realitas, perlu diperhatikan keberadaan simbol atau bahasanya. Beberapa komunitas yang memiliki identitas, kepentingan, pemaknaan, pengalaman, dan sebagainya membuktikan diri kemudian memberi sumbangsih dalam menciptakan realitas secara simbolik.

Pada penelitian ini, peneliti akan menggunakan paradigma konstruktivisme yang melihat realitas tidak seperti apa adanya (natural). Paradigma

tersebut terbentuk dari hasil konstruksi mental yang diperoleh melalui indera. Dengan kata lain, paradigma tersebut melihat bagaimana individu dapat mengetahui sesuatu, bukan bertujuan menafsirkan realita. Hal ini karena realitas merupakan hasil pengalaman yang bersifat spesifik, sehingga setiap individu memiliki perbedaan dalam memahami, menanggapi dan mengkonstruksi realitas yang sebenarnya sama menjadi sebuah makna (Denzin dan Lincoln, 2009). Pada dasarnya kita sebagai individu tidak dapat memindahkan pemikiran dan pengetahuan kita kepada orang lain agar memiliki pengetahuan yang sama. Paradigma ini secara ontologis merujuk pada realitas sebagai sesuatu yang bersifat relatif Lynham dan Guba (2011). Selanjutnya, realitas bersifat partikular, dikonstruksi secara lokal. Berkaitan dengan topik penelitian, pesan media yang ditulis oleh jurnalis dengan teknik penulisan jurnalistik tertentu sangat bergantung pada khalayak yang menerimanya. Apakah makna yang diberikan oleh reporter pada pesan dapat diterima secara efektif sangat bergantung pada minat audiens terhadap pesan tersebut. Pemirsa akan menafsirkan apa pun dalam berita sebagai sama benarnya. Ini karena paradigma tidak mempertimbangkan keberadaan fakta kanonik tunggal.

Konstruksi sosial merupakan sebuah representasi kemajuan dari pembangunan. Salah satu ciri bahwa realitas merupakan konstruksi mental adalah setiap manusia tidak dapat memahami realitas objektif dari luar pikirannya sendiri. Konstruktivisme berlawanan dengan objektivisme lantaran konstruktivisme menekankan pada aktivitas pembangunan makna oleh subjek berdasar pengetahuan pribadi masing-masing individu. Hal tersebut bertolak belakang

dengan objektivisme yang merupakan cerminan dari alam, konstruktivisme justru menginterpretasikan alam. Pada saat objektivisme menjelaskan sebuah kenyataan, konstruktivisme bersifat imajinatif dengan memberikan makna atas simbol.

Menurut pandangan konstruksionis, media tidak hanya sebuah saluran yang bersifat bebas, melainkan sebagai subjek yang menyusun kebenaran atau fakta secara lengkap, bias, pandangan, dengan keberpihakannya. Dalam hal ini, media diposisikan sebagai bagian dari agen konstruksi sosial yang akan menerangkan dan menyampaikan realitas. Pandangan tersebut akan menimbulkan penolakan dari argumen yang menempatkan media sebagai sebuah tempat yang bebas. Berita yang disajikan kepada masyarakat tidak sekedar menunjukkan pendapat dari sumber berita dan menggambarkan realitas, namun merupakan sebuah konstruksi dari media. Media turut membentuk realitas yang akan disajikan pada pemberitaan melalui instrument yang dimiliki. Selain itu, media akan memilih realitas yang akan diambil, akan mendefinisikan peristiwa serta aktor, dan akan menafsirkan realitas guna disajikan kepada masyarakat (Eriyanto, 2002:26-27)

1.5.2. *State of the Art*

Penelitian pertama yang menjadi acuan penelitian yang akan dilakukan penulis berjudul; "Pelanggaran Etika Jurnalistik Oleh Jurnalis Media Online Di Tengah Pandemi Covid-19: Studi Kasus Pemberitaan CNNI Dengan Headline "Pasien Positif Corona Di Indonesia Bertambah Jadi 19 Orang" oleh Garnida (2021) memiliki tujuan mengetahui bentuk pelanggaran dari pemberitaan "

Pasien Positif Corona di Indonesia Bertambah Jadi 19 Orang” dengan objek penelitian adalah media online “CNNI”. Peneliti menggunakan teori Etika, Etika Komunikasi, Komunikasi massa, Jurnalistik, Kode Etik Jurnalistik dan berita. Dalam penelitian tersebut ditemukan adanya pelanggaran Kode Etik Jurnalistik oleh portal berita CCNI dengan Headline ” Pasien Positif Corona di Indonesia Bertambah Jadi 19 Orang”. Dalam berita ini tertulis jelas data diri pasien, dan kondisi pasien seperti apa. Karena adanya pelanggaran Kode Etik Jurnalistik oleh CNNI, peneliti berharap agar media lebih memperhatikan kesalahan-kesalahan dalam pemberitaannya. Media harus lebih memperhatikan Kode Etik Jurnalistik dan objektivitas pemberitaan dalam hal memproduksi sebuah berita. Dari penelitian inilah yang menjadi dasar saya ingin mengkaji permasalahan kode etik yang muncul di video berita Tiktok.

Penelitian kedua yang menjadi acuan saya berjudul “Etika Jurnalistik Dalam Pemberitaan Jurnalisme Warga di Media Sosial Facebook Informasi Warga Jember” oleh Shaleha, Hanifatuz (2023) menjelaskan berita-berita yang diterima pengelola IWJ untuk diposting kepada khalayak umum. Hasilnya adalah info kriminal, info bencana alam, sosial budaya dan info tentang pelayanan masyarakat. Selain itu, dalam penelitian tersebut menjelaskan bagaimana pengelolaa IWJ menggunakan kode etik jurnalistik dalam memposting berita. Etika dalam mengunggah postingan informasi anggota harus beretika baik kalimat yang digunakan sopan, dan menerapkan aturan-aturan yang telah disepakati oleh pengelola IWJ serta mengikuti standar etika. Dari penelitian ini saya akan

mengamati apakah video berita di Tiktok menerapkan etika dalam memposting informasi.

Selanjutnya, *Social Journalism: Exploring How Social Media is Shaping Journalism* oleh Alfred Hermida dalam Siapera, Eugenia dan Veglis, Andreas (2012) menjelaskan bagaimana perkembangan media sosial mempengaruhi dunia jurnalis. Hasil penelitian mengungkapkan bahwa alat dan layanan media sosial kini menjadi bagian dari rutinitas harian banyak jurnalis, menggunakannya untuk mengumpulkan, menyaring, dan menyebarkan berita. Jurnalis terlibat dalam membentuk dan membentuk norma praktik profesional media sosial yang dapat diterima dan diterima.

Selanjutnya dalam “Fenomena Jurnalisme TikTok di Media Baru” (Dwina:2021) menjelaskan serta bagaimana proses produksi pemberitaan yang memanfaatkan TikTok dan juga etika dan kaidah jurnalistik dalam video pemberitaan yang diposting di TikTok yang menjadi salah satu *highlight*. Dalam penelitian ini, peneliti menemukan bahwa media berita di Indonesia telah menerapkan etika reporter, mempunyai standar etika jurnalistik yang sesuai dengan proses produksi video pemberitaannya, dan reporter mengunggah berita dengan *visual* yang sesuai dalam standar media ekonomi formal. Selain itu, pemilihan pembawa berita dalam video sudah berpengalaman dan kompeten. Hal ini dilakukan agar tidak menyebabkan kerugian baik untuk masyarakat maupun perusahaan. Media juga mengoptimalkan informasi dari berita yang diunggah di *website* agar pesan dapat disampaikan secara keseluruhan. Serta media memadukannya dengan fitur yang disediakan oleh TikTok dengan tidak lepas dari

penerapan etika jurnalistik di dalamnya. Penelitian tersebut menjadi referensi saya dalam mengkaji video berita di Tiktok.

Dari keempat penelitian tersebut belum ada yang meneliti bagaimana kualitas jurnalisme dalam suatu berita. Oleh karena itu, penulis melakukan penelitian pada berita video yang disampaikan melalui platform tiktok. Penulis akan mengkaji video berita tersebut menurut kategori tema tekstual antara lain unsur dan struktur beritanya serta menganalisis apakah sesuai dengan kode etik jurnalistik.

1.6. Kerangka Teori

1.6.1. Teori Media Baru

Media yang berbasis teknologi atau media terdigitalisasi dapat dikatakan sebagai media baru atau New Media. Teknologi New Media memiliki ciri-ciri fleksibel, interaktif dan berfungsi baik secara privat dan public. Denis McQuail dalam bukunya Teori Komunikasi Massa (2011:43), menyatakan bahwa Karakteristik utama dari media baru adalah adanya interaksi, terhubung pada masyarakat secara individu sebagai pengirim pesan maupun penerimanya, beragam fungsi sebagai ciri-ciri yang terbuka, dan tidak bergantung pada lokasi. Media baru sebagai teori perkembangan media (Pierre Levy :1990) yang mengemukakan bahwa media baru disebut sebagai teori yang membahas mengenai perkembangan media. Teori ini terkait dengan perkembangan teknologi komunikasi seperti media sosial yang saat ini sangat diminati khalayak luas. Martin Lister (2009-13) menjelaskan bahwa istilah media baru merujuk pada adanya perubahan besar dalam produksi suatu media, distribusi media dan

penggunaan media yang bersifat teknologis tekatual, konvensional dan budaya. Dalam penyiarnya, New Media menggunakan teknologi komputer dan melalui data digital yang dioperasikan melalui aplikasi tertentu. Dari beberapa pendapat di atas, dapat diambil kesimpulan bahwa new media merupakan media yang berbasis pada teknologi terkini yang saling berinteraksi dan mampu menghubungkan batasan dalam berkomunikasi. McQuail mengelompokkan media baru menjadi empat kategori sebagai berikut:

- a. Media komunikasi interpersonal seperti telepon, handphone, email, dll
- b. Media interaktif seperti komputer.
- c. Media pencarian informasi, seperti portal/search engine.
- d. Media partisipasi kolektif, seperti pemanfaatan internet sebagai sarana bertukar informasi, pengalaman, pendapat dan berinteraksi secara tidak langsung melalui komputer.

Saat ini terdapat media-media baru yang menjadi sorotan seiring berkembangnya teknologi. Banyak terobosan aplikasi yang memiliki faedah bagi pengguna internet setiap harinya. Kelebihan media baru adalah lebih interaktif sehingga konsumen menjadi nyaman dalam menggunakannya. Terlebih lagi, informasi universal lebih mudah didapatkan bahkan hampir tidak ada batasan. Setiap orang juga dapat berkespresi dengan bebas dalam sebuah blog, websites atau laman, video dan lain-lain. Peristiwa ini membuat para peneliti menemukan teori media baru yang berbeda dengan media konvensional yaitu bagaimana media baru dapat membentuk karakter masyarakat dan membuat dampak yang berbeda bagi penggunanya.

Peneliti menggunakan Teori media baru atau *New Media*. Media baru merupakan istilah yang digunakan dalam semua bentuk media komunikasi massa yang berbasis teknologi komunikasi dan informasi, contohnya adalah internet (Vivian, 2008). Teori media baru tercipta karena adanya internet dan fungsinya sebagai salah satu alat komunikasi. Dengan internet kita dapat dengan mudah berkomunikasi dan melakukan interaksi dengan orang-orang baru tanpa harus tatap muka terlebih dahulu.

Sehubungan dengan pengolahan dan penyampaian pesannya, *New media* menawarkan interaktifitas seperti *digitisation, convergence, interactivity, dan development of network*. Kemampuan ini adalah konsep utama dari pengertian tentang *new media* (Flew, 2002). Media baru menyediakan fasilitas untuk berinteraksi antar sesama manusia secara daring tanpa tatap muka. Selain itu, interaktifitas tersebut menciptakan komunikasi secara digital dan menerapkan teknologi terkini.

1.6.2. Jurnalisme dan Kualitas Jurnalisme

Secara awam, jurnalisme adalah penyampaian berita kepada khalayak umum Adam (2006:346) menjelaskan bahwa:

“Journalism is an invention or a form of expression used to report and comment in the public media on the events and ideas of the here and now.”

Jurnalisme merupakan suatu ungkapan ekspresi untuk menyampaikan dan memberi komentar atau tanggapan dalam media umum pada peristiwa-peristiwa dan gagasan-gagasan yang terjadi di sini dan sekarang.

Dari definisi tersebut dapat disimpulkan terdapat elemen-elemen penting sebagai berikut:

a. Sebuah bentuk ekspresi yang merupakan sebuah temuan dan Laporan gagasan-gagasan dan peristiwa-peristiwa

Ekspresi yang merupakan sebuah temuan merupakan bagaimana ungkapan kata yang disampaikan dalam sebuah pelaporan informasi. Proses jurnalistik yang berhubungan dengan pelaporan atau penyampaian peristiwa dan gagasan dilakukan melalui kegiatan pengumpulan dan presentasi informasi pada peristiwa yang dialami subjek tertentu atau yang memiliki gagasan tertentu. Contoh proses jurnalistik antara lain adalah berita korban pandemi, berita kriminal, bencana alam atau pendapat pakar terkait hal tersebut yang akhir-akhir ini sering muncul di semua media di tanah air.

b. Komentar dari gagasan dan peristiwa

Selain menyampaikan apa yang terjadi, terdapat komentar, penjelasan, kritik, penilaian pada suatu peristiwa atau gagasan. Dalam penemuan suatu peristiwa atau gagasan secara sadar atau tidak sadar jurnalis mencantumkan evaluasi atau penilaian mengenai arti penting, nilai, atau harga dari tindakan itu pada subjek-subjeknya. Sebagai contohm pelaporan pandemi covid-19 akan melibatkan pendapat pakar terkait, komentar masyarakat, penjelasan pemerintah, dan lain-lain. Oleh karena itu, jurnalisme merupakan implementasi dari nilai yang digunakan untuk mengevaluasi segala sesuatu. Dengan kata lain, jurnalisme melingkupi dan memberikan sebuah ruang untuk berkomentar, mengkritik dan memberi penilaian.

c. Sirkulasi publik dari gagasan dan peristiwa, serta di sini dan sekarang

Jurnalisme juga bersifat umum. Dalam hal ini, jurnalis harus bisa memisahkan pendapat-pendapat yang hanya bisa diterima oleh diri sendiri atau pendapat yang dapat diterima oleh khalayak publik. Pendapat dan ragam kata yang digunakan harus diikuti oleh tanggung jawab secara didaktik berdasarkan peristiwa nyata dan tidak boleh mengandung pernyataan yang penting dalam lingkup pribadi atau pilihan kata yang hanya penting untuk bidang khusus seperti ilmu pengetahuan. Sifat publik jurnalisme juga berkaitan dengan sesuatu yang terkini dan terjadi di sini. Jurnalisme hanya menyampaikan kejadian nyata yang masuk dalam kategori kekinian dan bukan masa lalu.

Jurnalisme disebutkan oleh Adam (2006:348) sebagai penemuan dan kreasi yang melibatkan imajinasi menurut pemikiran C. Wright Mills dalam *The Sociological Imagination*, R.G. Collingwood *The Historical Imagination*, dan Northrop Frye dalam *The Educated Imagination* menunjukkan bahwa kesadaran manusia pada awalnya dibentuk oleh aktivitas utama imajinasi dan dilengkapi dengan penjelasan dan metode yang secara budaya menerima peminggiran bayangan tersebut.

Berbagai bentuk ekspresi digunakan untuk menciptakan kesadaran ini, seperti sosiologis, historis, puitis, literal atau jurnalistik. Sosiolog menciptakan citra masyarakat, sejarawan menciptakan citra masa lalu, sastrawan menciptakan citra semangat jiwa, dan jurnalis merangkum pengalaman dan membentuk kesadaran: bagaimana kebiasaan itu berhubungan dengan pengalaman saat ini (here and now).

Oleh karena itu, terdapat beberapa elemen jurnalisme yang perlu diperhatikan, antara lain: (1) berita (*news*) merupakan konsep jurnalistik terkait peristiwa, waktu dan subjek yang terjadi sekarang dan di sini; (2) pelaporan (*reporting*) berhubungan dengan upaya jurnalis untuk melaporkan fakta dan informasi yang disusun dengan menggunakan prosedur epistemologis tertentu, meskipun secara kasar dan acak; (3) bahasa (*language*) yang dimaksud adalah gaya dan suara dalam jurnalisme yang membedakannya dengan tulisan fiksional; (4) cerita (*narrative*) terkait dengan proses penyampaian dengan ceirta yang dilakukan jurnalis dengan berpedoman pada prinsip-prinsip jurnalisme yang ada; dan (5) makna (*meaning*) terkait unsur *Why* dalam jurnalisme, jurnalis mencantumkan makna dalam fakta dan peristiwa yang disajikan (Adam, 2006: 352-364).

Menurut Bill Kovach dan Tom Rosenstiel (2004), tujuan jurnalisme adalah menyediakan informasi yang dibutuhkan publik untuk hidup mandiri dan mengatur diri sendiri. Misi jurnalistik ini mengikuti etika jurnalistik yang bertujuan melayani kepentingan bersama dengan memberikan informasi atau berita kepada publik. Untuk mencapai tujuan tersebut, kegiatan jurnalistik dilakukan melalui pemenuhan 9 (sembilan) unsur jurnalistik yang ada, yaitu: (1) kewajiban jurnalisme adalah pada fakta; (2) kesetiaan pertama jurnalisme kepada masyarakat; (3) inti dari jurnalisme adalah disiplin pembuktian; (4) praktisi harus menjaga independensinya dari sumber berita; (5) jurnalisme harus berfungsi sebagai pengawas kekuasaan; (6) jurnalisme harus menyediakan forum publik untuk kritik dan dukungan rakyat; (7) Jurnalisme harus berusaha melakukan apa

yang penting, menarik dan penting; (8) Jurnalisme harus membuat berita komprehensif dan proporsional; dan (9) pelakunya harus bisa mengikuti hatinuraninya.

Kualitas jurnalistik pada sebuah berita dapat dilihat dari teknik penulisan berita dan struktur berita. Khoirul (2021:36-37) menjelaskan bahwa yang harus diperhatikan dalam menulis berita adalah unsur-unsur 5W 1H dan struktur berita berupa piramida terbalik. 5W 1H antara lain adalah *What atau apa yang terjadi; Who atau siapa yang terkait dengan peristiwa; When* atau kapan peristiwa terjadi; *where* atau dimana peristiwa terjadi; *Why* atau mengapa peristiwa terjadi; dan *How* atau bagaimana peristiwa terjadi. Menurut Musman dan Mulyadi. (2017:186), piramida terbalik merupakan struktur penulisan berita yang menyajikan informasi penting di awal kemudian informasi pendukung setelahnya.

Selain itu, kualitas berita terlihat dari keselarasan judul dan isi berita yang disampaikan. Menentukan judul harus menarik dan mencerminkan isi berita. Namun, penulisan judul berita harus menghindari judul yang *clickbait*. Nurrahmi dkk (2021:197) menjelaskan bahwa judul berita *clickbait* memiliki tujuan utama menarik pembaca untuk membaca berita tersebut. Judul berita yang *clickbait* menjerus ke manipulasi atau pengebakan karena isi berita tidak relevan dengan judul yang ditulis secara berlebihan atau bisa disebut bombastis.

Penulisan berita harus memperhatikan penggunaan bahasa agar dapat dikategorikan sebagai berita yang berkualitas. Tri Adi Sarwoko dalam Husen Mony (2020:3) menjelaskan bahwa dalam menyampaikan informasi, wartawan

harus menggunakan bahasa yang komunikatif agar mudah diterima oleh pembaca. Bahasa jurnalistik menerapkan kaidah Ejaan Yang Disempurnakan (EYD).

1.6.3. Sosial Media, Tiktok dan Jurnalisme

Media sosial adalah generasi teknologi internet yang membuat segalanya mulai dari mengumpulkan, mendistribusikan, dan mengonsumsi informasi menjadi lebih mudah. Saat ini mudah menyampaikan dan menerima informasi melalui gambar dan video peristiwa yang terjadi di berbagai platform media online seperti Youtube, Facebook, Twitter, Tiktok, dll.

Ini juga berimplikasi pada jurnalisme, yang menggunakan layanan media sosial sebagai bagian dari banyak pekerjaan harian jurnalis, yaitu menggunakannya untuk mengumpulkan, menyaring, dan menyebarkan berita. Dikutip dalam Jurnalisme Sosial: *Social Journalism: Exploring How Social Media is Shaping Journalism*, kapabilitas dan budaya media sosial memengaruhi cara ruang redaksi melaporkan berita, mendorong diskusi tentang prinsip-prinsip utama ketidakberpihakan, verifikasi, dan perilaku profesional. Akibatnya, jurnalis harus menghadapi perubahan rutinitas kerja, budaya kerja, dan hubungan dengan khalayak (Hermida, Alfred dalam dalam Siopera, Eugenia dan Veglis, Andreas : 2012).

Dewasa ini jurnalisme dimudahkan dengan media online melalui jejaring sosial yang sangat populer di semua lapisan masyarakat, salah satunya adalah TikTok. Švecová dan Predmerská (2020) menjelaskan bahwa jejaring sosial TikTok menjadi magnet bagi generasi muda remaja dan langsung menjadi tren. TikTok menyajikan video singkat dan menarik dengan latar musik yang membuat

konten viral dan tidak kalah saing dengan Instagram. TikTok menjadi salah satu wadah bagi influencer sebagai mata pencaharian mereka. Segera setelah itu, banyak media mulai memanfaatkan platform ini. Dalam studi ini, penulis akan membahas konten yang disampaikan oleh media terpilih di jejaring sosial TikTok dan bagaimana media mengadaptasi kontennya sesuai konteks karya jurnalistik. Mereka mencoba menyampaikan tujuan komunikasi di jejaring sosial TikTok dan juga menciptakan tren dasar serta prosedur pembuatan konten jurnalistik di jejaring sosial TikTok.

Dengan cepat TikTok memiliki peminat yang sangat *massive*. Dari kalangan masyarakat biasa, influencer, artis, lembaga, bahkan media massa tidak melewatkan kesempatan bersosialisasi secara *online* melalui TikTok. Hampir seluruh media berita telah memiliki akun TikTok untuk mengunggah video pemberitaan dengan gaya khas masing-masing. Mereka menyajikan berita-berita seperti *straight news*, hingga video berita ringan secara singkat. Video pemberitaan yang diunggah oleh akun-akun media ini selain memiliki ciri khas masing-masing dalam unggahannya, mereka juga memanfaatkan *informative caption* dan juga fitur tagar yang dapat mengerucutkan kategori berita ke berbagai segmentasi yang dituju.

1.6.4. Kode Etik Jurnalistik

Ward (2009: 295-309) menerangkan bahwa moralitas berkaitan dengan tugas yang mengharuskan kita menyerahkan kepemilikan pribadi atau menderita dalam melaksanakan tugas kita. Beberapa etika yaitu etika personal dan etika profesi. Moralitas pribadi merupakan norma kehidupan sehari-hari yang dipelajari

di keluarga, sekolah, pemerintahan, tempat ibadah dan teman sebaya yang harus ditaati agar tercipta kerukunan antar manusia dalam bermasyarakat. Etika profesi merupakan dasar yang harus ditaati oleh anggota profesi. Bagi jurnalis, kode etik ini akan membantu mereka dalam mengumpulkan berita. Etika profesi jurnalistik menunjukkan tujuan sosial jurnalistik, etika personal dan beberapa undang-undang media saat ini.

Menurut Kizza (2003), keberadaan kode etik ini dapat dimanfaatkan sebagai prinsip, arahan, edukasi, inspirasi atau publikasi. Rolnicki, Tate dan Taylor (2015) menjelaskan bahwa kode etik jurnalistik diperlukan karena jurnalisme menawarkan banyak manfaat dan berperan penting dalam masyarakat demokratis, antara lain: (1) jurnalisme menyediakan informasi fakta kepada publik (2) jurnalisme menjamin kebebasan arus informasi bagi lahirnya dan kelangsungan demokrasi; (3) pers memberikan ruang bagi keragaman perspektif; (4) Jurnalisme mendukung perubahan kepentingan publik; (5) Jurnalisme adalah tentang menggali kebenaran dan yang tidak dapat disangkal.

Kode etik jurnalistik, memberikan manfaat bagi profesi jurnalistik sebagai berikut: (1) kode etik membantu menciptakan pemahaman profesionalisme bagi anggota organisasi berita atau asosiasi pers, dan bagi jurnalis pada umumnya; Kredibilitas tercipta di mata khalayak, dan masyarakat akan memiliki kepercayaan pada apa yang tertulis, dilihat dan didengar; (3) Kode etik mengukur dengan sama saat mengatasi masalah dalam *newsgathering* (Rolnicki, Tate, & Taylor, 2015).

1.7. Operasional konsep

1.7.1. Definisi Konsep

Kualitas jurnalistik pada sebuah berita dapat dilihat dari teknik penulisan berita dan struktur berita. Khoirul (2021:36-37) menjelaskan bahwa yang harus diperhatikan dalam menulis berita adalah unsur-unsur 5W 1H dan struktur berita berupa piramida terbalik. Menurut Musman dan Mulyadi. (2017.:186), piramida terbalik merupakan struktur penulisan berita yang menyajikan informasi penting di awal kemudian informasi pendukung setelahnya. Selain itu, kualitas berita terlihat dari keselarasan judul dan isi berita yang disampaikan serta tidak *clickbait*. Nurrahmi dkk (2021:197) menjelaskan bahwa judul berita *clickbait* memiliki tujuan utama menarik pembaca untuk membaca berita tersebut namun menjurus ke manipulasi atau pengebakan karena isi berita tidak relevan dengan judul yang ditulis secara berlebihan atau bisa disebut bombastis. Penulisan berita menurut Tri Adi Sarwoko dalam Husen Mony (2020:3), dalam menyampaikan informasi, wartawan harus menggunakan bahasa yang komunikatif agar mudah diterima oleh pembaca. Bahasa jurnalistik menerapkan kaidah Ejaan Yang Disempurnakan (EYD).

1.7.2. Operasionalisasi Konseptual

Menurut Sunarto, Hasfi N, dan Yusriana A (2022) Kualitas jurnalistik dipahami sebagai pemberitaan informasi dalam bentuk jurnalistik dengan menggunakan susunan pemberitaan tertentu, selaras dengan kode etik jurnalistik yang benar. Hal ini agar berita memiliki kualitas.

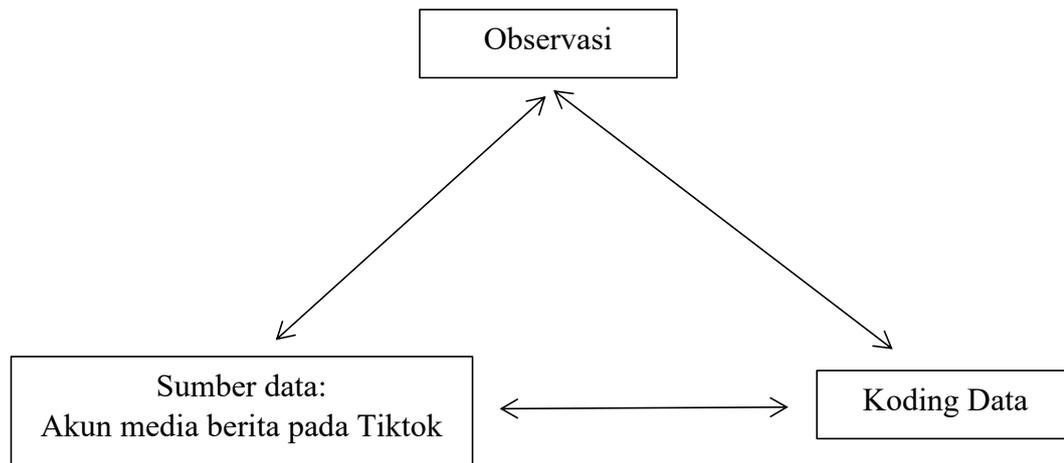
Tabel 1. Kategorisasi Tema Tekstual

KATEGORI TEMA	DESKRIPSI
Jenis Berita	<p>- <i>Hard news</i> (berita hangat) : Berita tentang peristiwa terkini yang baru saja atau akan terjadi.</p> <p>- <i>Soft news</i> (berita ringan) : Berita yang disajikan dengan format yang berbeda dan hangat. Berita ini memiliki topik <i>human interest</i> dan dikemas dalam bentuk <i>feature</i>.</p>
Isu Utama Berita	Isu utama adalah masalah yang akan diolah ke dalam berita.
Struktur Berita	<p>Pola Penulisan Berita.</p> <p>Laporan ditulis dengan menggunakan pola piramida terbalik</p>
<i>Headline</i> (judul berita)	Ringkasan fakta yang penting dari berita
Penulisan <i>Lead</i> (teras berita)	<p>Penulisan rangkuman berita yang meliputi unsur 5W+1H (<i>Who, What, When, Where, Why, How</i>) dimana masing-masing unsur tersebut menjadi penanda dari suatu gaya penulisan teras gfgberita. Terdapat dua jenis berita yang biasa menggunakan unsur ini yaitu berita hangat (<i>hard news</i>) dan berita lunak (<i>soft news</i>).</p>

<p>Penulisan <i>Body</i> (tubuh berita)</p>	<p>Berisi informasi pendukung dalam bentuk kutipan sesuai dengan konteks berita. Informasi pendukung harus memiliki fakta yang lebih detail dari teras berita dan memiliki latar belakang informasi, sudut pandang serta informasi yang kurang penting.</p>
<p>Penulisan Berita Sesuai dengan Kode Etik Jurnalistik</p>	<ul style="list-style-type: none"> - Independen : Berita yang disajikan merupakan suara hati nurani dan bebas dari campur tangan atau paksaan dari pihak lain maupun pemilik perusahaan pers. - Akurat : Berita menyajikan kebenaran yang bisa dipercaya sesuai fakta atau keadaan obyektif saat peristiwa terjadi. - Berimbang : Memberikan kesempatan ruang dan waktu yang sama kepada semua pihak secara seimbang dan proporsional. - Tidak beritikad buruk : Tidak memiliki niat untuk merugikan pihak lain secara sengaja. - Profesional : Berita dikemas secara faktual dengan dilengkapi informasi sumber yang jelas, berimbang, tidak plagiat maupun mengakui hasil liputan warga lain sebagai hasil karya sendiri. - Menguji informasi : Melakukan pengecekan tentang adanya informasi, seperti menghadirkan narasumber atau cek melalui sumber data

	- Tidak mencampurkan fakta dan opini yang menghakimi : Tidak mencantumkan opini pribadi dalam berita
--	---

1.8. Metode Penelitian



1.8.1. Tipe Penelitian

Salah satu analisis yang tergolong dalam pendekatan kualitatif adalah Analisis Isi Etnografi. Penelitian ini akan melakukan analisis data yang berupa dokumen. David L. Altheide (1987:65) dalam jurnal Analisis Isi Etnografis: Komparasi Gaya Jurnalisme Media Konvensional dan Media Baru di Era 4.0 (Dr. Sunarto dkk:2021) menjelaskan bahwa analisis isi etnografi merupakan pendekatan etnografi yang diterapkan untuk menganalisis dokumen berlandaskan pedoman-pedoman dalam pengumpulan dan analisis data kualitatif. Selanjutnya menurut David L. Altheide, *Ethnographic Content Analysis (ECA)* adalah pengertian komunikasi makna Dalam dokumen seperti pernyataannya berikut:

“Analisis Isi Etnografi digunakan untuk dokumen dan memahami sebuah komunikasi makna, serta untuk memverifikasi hubungan suatu teoritis. Karakter khas dari analisis isi etnografi ini adalah refleksif dan interaktif dan menyelidik, memahami konsep, pengumpulan dan analisis dari suatu data.”

Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode penelitian kualitatif deskriptif dengan metode analisis isi etnografis. Metode ini merupakan gabungan antara metode analisis isi dalam pendekatan kuantitatif dengan metode analisis etnografis dalam pendekatan kualitatif. Perpaduan keduanya menjadikan analisis isi etnografis (*ethnographic content analysis*) sebagai pendekatan desain kualitatif dengan paradigma interpretif (konstruktivisme). Analisis isi etnografis mencakup tindakan refleksif antara pengembangan konsep, pengambilan sampel, pengumpulan data, pengkodean data, analisis data, dan interpretasi. Tujuannya agar sistematis dan analitis, tetapi tidak kaku. Meskipun penelitian awalnya didorong oleh variabel dan kategori, aspek lain dapat dan akan muncul seiring dengan berjalannya proses penelitian. Oleh karena itu, analisis isi etnografis melibatkan penemuan dan perbandingan terus menerus dengan keadaan, latar belakang, gaya, citra, makna, dan nuansa yang relevan. Untuk mencapai tujuan ini, analisis etnografis menggunakan dan mengumpulkan data numerik dan naratif.

1.8.2. Subjek Penelitian

Subjek kajian adalah video berita *hardnews* pada media online yang diunggah di aplikasi Tiktok dari 3 (tiga) akun media berita pada Tiktok yaitu Kompas.com, Liputan6.com, dan Patroli_indosiar. Ketiga akun tersebut adalah milik perusahaan media profesional tetapi peneliti ingin mengetahui apakah video berita tersebut juga profesional dan memenuhi kode etik jurnalistik. Peneliti memilih ketiga akun tersebut berdasarkan pengamatan selama kurang lebih dua minggu pada FYP Tiktok atau konten-konten yang muncul pada beranda Tiktok. Ketiga akun tersebut sering muncul pada FYP Tiktok yang artinya jumlah *views*-

nya tinggi. Sehingga penulis ingin melakukan observasi pada konten-konten akun tersebut dan megulas beberapa konten berita yang tidak memenuhi kualitas jurnalisme sehingga penulis tertarik untuk mengkaji berdasarkan teknik penulisan berita dan penerapan kode etik jurnalisme.

1.8.3. Sumber Data

a. Data Primer

Data primer akan didapat dari beberapa pemberitaan yang dilakukan media online di platform Tiktok

b. Data Sekunder

Data sekunder akan diperoleh dari artikel, buku, jurnal, dan internet yang terkait dengan tema pada penelitian ini.

1.8.4. Teknik Pengumpulan Data

Teknik pengumpulan data dalam penelitian ini dilakukan dengan mengambil dokumentasi pemberitaan serta studi kepustakaan. Dokumentasi pemberitaan merupakan sampel 30 berita video dari 3 akun berita di Tiktok yang berbeda.

1.8.5. Analisis Data

Unit analisis berbentuk berita akan dianalisis dengan menerapkan prosedur etnografi yang dimodelkan oleh Spradley (1980) yang diterapkan pada realitas tekstual yang dihadapi. Proses analisis isi etnografi meliputi: (1) analisis lapangan, (2) analisis taksonomi, (3) analisis komponen (component analysis), (4) analisis tema (thematic analysis). Analisis domain dilakukan untuk menemukan simbol budaya dalam kategori (domain) yang lebih besar berdasarkan kesamaan tertentu.

Analisis taksonomi dilakukan untuk mencari struktur internal domain serta untuk mengidentifikasi pengaturan yang bertentangan. Lakukan analisis komponen untuk menemukan properti dari berbagai perbedaan antar simbol dalam domain berlabel.

1.8.6. *Goodness Criteria*

Validitas data merupakan konsep signifikan yang berkembang dari konsep validitas dan reliabilitas. Penelitian ini menganalisis kualitas data dengan mempertimbangkan konsep-konsep yg dapat dinilai benar atau salah melalui suatu fenomena yg diamati. Disusun dengan pola-pola hubungan antarkategori data serta bersifat kontekstual. Analisis ini berfokus pada kualitas jurnalisme yang menerapkan teknik penulisan berupa struktur berita dan unsur-unsurnya serta penerapan kode etik pada berita tersebut.