

Kode Etik Jurnalistik Indonesia

(Studi terhadap Agregasi Berita)

Indonesia Journalistic Code of Ethics

(News Aggregation Study)

Dyah Permana Erawaty¹⁾, Irwansyah²⁾

^{1,2}Ilmu Komunikasi Universitas Indonesia

Gedung Komunikasi FISIP Universitas Indonesia, Depok, Jawa Barat 16424, Telp. (021) 7270006

seciliamt1@gmail.com¹⁾, dr.irwansyah.ma@gmail.com²⁾

Diterima: 26 Mei 2019 || Revisi: 25 Oktober 2019 || Disetujui: 25 Oktober 2019

Abstrak – Agregasi berita merupakan proses mengambil berita dari sumber yang telah diterbitkan, membentuk ulang, dan menerbitkannya kembali dalam bentuk yang baru. Agregasi berita yang merupakan bentuk pertemuan dan distribusi berita menjadi bagian penting dari jurnalistik. Penelitian ini bermaksud untuk menguji kesesuaian agregasi berita dengan prinsip jurnalistik di Indonesia. Signifikansi penelitian ini bagi masyarakat Indonesia adalah agar mereka memahami agregasi berita dalam konteks jurnalistik Indonesia. Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif dalam paradigma *post-positivis*. *Narrative Literature Review* dan wawancara merupakan metode yang digunakan untuk pengumpulan data. Informan penelitian ini adalah Tenaga Ahli dari Dewan Pers. Selain itu, untuk melihat tren penerapan agregasi berita secara kualitatif, dilakukan wawancara terhadap tiga pengguna agregasi berita. Hasil kajian menunjukkan bahwa agregasi berita bukan merupakan media jurnalistik, karena belum memenuhi belum kriteria Undang-Undang Nomor 40 Tahun 1999 tentang Pers, dan Pedoman Media Siber. Konten *news aggregator* adalah berita dan opini yang tidak hanya berasal dari media pers, namun juga dari media sosial. Walaupun konten *news aggregator* tidak diyakini kebenarannya, para pengguna telepon pintar tetap menggunakannya.

Kata Kunci: agregasi berita, Dewan Pers Indonesia, Kode Etik Jurnalistik, media pers

Abstract – *News aggregation is the process of taking news from published sources, reshaping it, and publishing it as a new news. News aggregation becomes an important part of journalism. This research intends to examine whether the news aggregation complies with journalistic principles in Indonesia or not. The significance of this research for the Indonesian community is that they understand the news aggregation in the context of Indonesian journalism. This research used a qualitative approach in the post-positivist paradigm. Data was collected by narrative literature review and interviews. The informants were the expert from the Indonesia Press Council. In addition, to see trends in the qualitative use of news aggregations, interviews were conducted with three news aggregation users. The analysis resulted that the news aggregator is not a journalistic media, because it has not yet met the criteria of Indonesian Law no. 40 of 1999 concerning the Press, as well as the Cyber Media guidelines. The news aggregator content are news and opinions those were collected from the press media and social media. Even though the news aggregators content was not believed to be true, smartphone users will continue to use it.*

Keywords: Indonesian Press Council, Journalistic Code of Ethics, media press, news aggregator

PENDAHULUAN

Disrupsi teknologi digital telah berimbas pada Industri berita dan jurnalistik. Pencipta konten tradisional, seperti koran cetak, menjadi saksi meleburnya monopoli geografis surat kabar ke dalam internet yang bersaing secara global. Iklan yang merupakan sumber pendapatan terpenting media pun telah bermigrasi ke pasar *online*. Konten yang dibuat pengguna, seperti *blog* dan ulasan *online*, telah meningkatkan pasokan konten, sehingga sering menjadi pesaing dari konten yang benar-benar

diproduksi secara profesional untuk mendapatkan perhatian pembaca.

Banyaknya konten yang tersedia secara *online* meningkatkan pentingnya layanan yang dapat membantu pembaca untuk menyaring dan memahami. Fungsi tersebut adalah ranah *editor* profesional. Selain memproduksi konten, *editor* juga bertugas untuk memutuskan apa dan bagaimana pengaturan konten yang akan dipublikasikan. Teknologi *web* memungkinkan fungsi ini tidak lagi terikat dengan produksi konten. Dengan memanfaatkan konten yang telah tersedia secara *online*, *aggregator* berita tidak

perlu atau hanya perlu sedikit memproduksi konten sendiri.

Google News, sebuah *aggregator* yang terkenal, pernah menghadapi tekanan, sebab beberapa pembuat konten menuduhnya melakukan ‘pencurian’ pendapatan dengan cara menumpang konten secara gratis. Sementara itu, pelaku pasar lain menunjukkan bahwa ‘ekonomi tautan’ justru menciptakan lalu lintas yang berharga ke sumber awal. Pembuat konten seharusnya senang dengan adanya *aggregator* ini, karena akan mengarahkan pembaca atau konsumen ke situs mereka. Eric Schmidt, seorang eksekutif *aggregator*, menyatakan bahwa ia berkepentingan agar pembuat konten berkembang, karena nilai tautan (dan *aggregator*) terkait langsung dengan kualitas konten yang ditunjukkan (Lashinsky, 2009).

Surat kabar berada dalam kompetisi yang ketat dengan media berita *online*. Di antara sumber media *online*, *aggregator* berita adalah salah satu sumber penting. Berdasarkan laporan dari Outsell Tahun 2009, 57 persen pengguna media berita beralih ke sumber digital. Mereka cenderung beralih ke *aggregator* (31 persen) daripada ke situs surat kabar (8 persen) atau situs berita lainnya (18 persen) (Jeon & Nasr, 2016).

Reuters Institute melaporkan bahwa 65% respondennya lebih memilih mendapatkan berita melalui ‘pintu samping’ daripada langsung ke situs web atau aplikasi berita, serta 53% lebih suka mengakses berita melalui mesin pencari, media sosial, atau *aggregator* berita, dan antarmuka yang menggunakan algoritma ranking untuk memilih berita, daripada antarmuka yang dilakukan manusia (*email*, *homepage*, dan pemberitahuan seluler). Hasil penelitian ini juga menemukan bahwa ada dorongan demografis dari usia di bawah 35 tahun ke arah penggunaan *aggregator* seluler. Gerbang ke berita yang mengalami pertumbuhan pesat selama tiga tahun terakhir adalah lansiran berita seluler. Hal ini beresonansi dengan pengguna yang lebih muda yang sering mengawali hari dengan layar seluler terkunci. Memanfaatkan fenomena ini, para penerbit mengirimkan pemberitahuan tentang berbagai subyek dan juga menggunakan kecerdasan buatan untuk membuat pemberitahuan itu menjadi lebih relevan dengan pengguna seluler secara personal (Newman, Fletcher, Kalogeropoulos, Levy, & Nielsen, 2018).

Reuters juga melaporkan bahwa rata-rata jumlah yang mengirimkan pemberitahuan tertinggi adalah di Hong Kong (5,6), dan terendah di Inggris (3,1) dengan rata-rata 4,2 di semua pasar. Salah satu alasan angka-

angka yang relatif tinggi ini adalah bahwa *aggregator* seperti Apple News dan Upday sekarang mengirimkan pemberitahuan secara otomatis sebagai tambahan pada penyedia berita individual. Kondisi ini menunjukkan tidak hanya ada peningkatan jumlah peringatan tetapi juga jumlah duplikasi pemberitahuan yang menyebabkan beberapa kebingungan tentang dari mana pemberitahuan itu berasal (Newman, Fletcher, Kalogeropoulos, Levy, & Nielsen, 2018).

Digitalisasi konten telah memunculkan *platform online* yang membawa konsumen yang dapat berhubungan dengan beragam sumber informasi dengan disengaja. Implikasi jangka panjang untuk pasar *platform aggregator* ini adalah apakah *aggregator* ini menjadi pengganti atau menjadi pelengkap bagi konsumen. Digitalisasi dan pertumbuhan internet telah membuka akselerasi *platform* pencarian dan konsumen. Konsumen saat ini memiliki kemudahan dalam mencari, dan mereproduksi penyimpanan konten yang dapat diakses dengan relatif cepat dan mudah secara *online*. Menanggapi ledakan informasi, *aggregator* seperti *Google News*, *Everyblock*, dan *Gawker* mengumpulkan dan mengkonsolidasi informasi dari berbagai sumber dan menampilkannya dalam satu situs. Industri media menyediakan kesempatan menarik untuk menguji peranan *platform*.

Menjadi sebuah masalah tersendiri di industri media tentang bagaimana konsumen menggunakan *platform online*. Produsen konten khawatir jika konsumen menggunakan ekstrak konten sebagai pengganti konten lengkap. *Aggregator* berpendapat bahwa mereka mendorong pengguna ke konten asli dengan menampilkan banyak sumber. Beberapa pertanyaan muncul tentang konsumen yang menggunakan *aggregator* berita, apakah mereka menggunakan *aggregator* untuk mencari konten baru yang sebelumnya tidak mereka peroleh? Apakah ada pengaruh bagi konsumen terkait sumber konten *aggregator* berita yang sumbernya beragam?

Kebebasan berekspresi merupakan Hak Asasi Manusia yang mendapatkan jaminan dan perlindungan dari Undang-Undang Dasar tahun 1945. Kebebasan berekspresi artinya seseorang memiliki hak untuk mendengar maupun untuk didengar, hak ini sangat lekat dengan kemerdekaan pers. Kemerdekaan pers yang baik menjamin hak publik untuk tahu informasi. Salah satu bentuk dari kemerdekaan pers itu adalah media pers harus bersifat independen. Regulasi terkait media berfokus pada peningkatan profesionalisme dan

etika yang menjadi standar bagi para jurnalis melakukan pekerjaan jurnalistik. Profesionalisme dan etika yang dijunjung tinggi dalam pekerjaan jurnalistik merupakan cikal bakal untuk membentuk suatu industri media massa yang diakui sebagai salah satu pilar demokrasi dan pembangunan masyarakat. Dewan Pers sebagai wadah masyarakat pers juga berperan sebagai pengawas kehidupan pers nasional yang mengupayakan agar kemerdekaan pers itu selalu terjaga dari usaha yang ingin mengacaukannya.

Media massa di Indonesia diatur oleh regulasi UU Perfilman (33/2009), UU Pers (40/1999), dan UU Penyiaran (32/2002). Ketiga peraturan perundangan ini dibuat tidak berselang lama setelah berakhirnya Orde Baru (Orba). Pada masa Orba, keberadaan media sangat tertekan dan dibatasi oleh Pemerintah. Media yang ingin terbit harus mengantongi sebuah surat izin usaha, dan jika ada media yang membuat pemberitaan terkait pemerintah, dapat dipastikan media tersebut akan di bredel bilamana pemerintah tidak suka dengan pemberitaan tersebut. Oleh karena itu, ketika Orba runtuh, euphoria masyarakat media dan pers sangat tinggi. Dalam kurun waktu 3 tahun setelah itu, dibuatlah undang-undang yang mengatur pers dan penyiaran publik undang-undang agar pers dan media tidak dikekang dan dikontrol oleh pihak lain. Mereka diberi kebebasan untuk mengatur dirinya sendiri (*self-regulation*) sesuai dengan hak asasi manusia. Oleh karena itu pula, UU 40 (1999) merupakan satu-satunya UU di Indonesia yang tidak memiliki turunan peraturan pelaksanaan.

Regulasi media merupakan kombinasi dari standar dan kode etik media yang diperlukan untuk mendukung kebebasan berekspresi dan proses pemantauan perilaku media (Puddephatt, 2011). Media yang terdiri atas surat kabar, majalah, tabloid, televisi, dan radio dilihat sebagai pengawas pemerintah dan pelindung nilai-nilai sosial. Thomas Carlyle menyatakan bahwa selain organ Legislatif, Eksekutif dan Yudikatif, *the fourth estate* adalah Pers. Berbeda dengan ketiga organ negara yang lain, pers adalah pranata sosial yang tidak menguasai publik. Pers berperan dalam menjalankan fungsi dalam ruang publik terkait informasi (menyampaikan dan juga menyebarkan), serta fungsi lainnya seperti harmonisasi publik, dan lain-lain (Crichton, et. al, 2010).

Dewan Pers di Indonesia merupakan lembaga yang independen dalam keanggotaannya, tidak memiliki hubungan struktural dengan pemerintah. Dewan Pers menetapkan sejumlah peraturan yang harus

dilaksanakan oleh media pers di Indonesia, seperti Kode Etik Jurnalistik dan standar kompetensi wartawan. Apakah *news aggregator* sesuai dengan etika jurnalistik di Indonesia, diajukan menjadi pertanyaan penelitian dalam penelitian ini.

METODOLOGI PENELITIAN

Artikel ini merupakan *research paper* yang menggunakan pendekatan penelitian kualitatif (*data driven*) dengan paradigma *post-positivis*. *Literature Review*/Studi Pustaka dan wawancara informan digunakan sebagai metode dalam artikel ini. Tipe studi pustaka yang digunakan adalah *narrative overview*.

Penulis menggunakan *narrative review* karena merupakan bentuk tipologi *review* yang paling sederhana. *Narrative review* bermaksud untuk mengidentifikasi apa yang telah ditulis sebagai subyek atau topik (Green, Johnson, & Adams, 2006). Seringkali, *narrative review* tidak dimaksudkan untuk mencari generalisasi atau pengetahuan kumulatif dari apa yang telah dibahas (Davies, 2000). *Narrative review* berbeda dari tipe studi pustaka lainnya dalam banyak aspek, biasanya *review narrative* selektif dalam hal tidak melibatkan sistematis dan pencarian komprehensif dari seluruh literatur yang relevan. *Narrative review* sering lebih menguntungkan peneliti dikarenakan *narrative review* hanya mensurvei literatur dan bukti yang tersedia bagi para peneliti (Davies, 2000). Lebih penting lagi, *narrative review* biasanya tidak menyediakan penjelasan apapun dalam proses *review* tentang bagaimana *review* dilaksanakan (King, 2005). Atas dasar itulah, *narrative review* penuh dengan kerentanan subyektifitas (Green, Johnson, & Adams, 2006; Rosenthal & DiMatteo, 2001). Kelemahan ini membuat replikasi menjadi sulit dilakukan (Dijkers, 2009) walaupun tidak terjadi bias. Namun, adanya kekurangan informasi dalam tradisional *review* (naratif) terkait bagaimana literatur utama dicari, dipilih, dan dikombinasikan. Kurangnya eksplisitas metode dan reproduksitas ini merupakan kelemahan utama *narrative review* (Williams, 1998).

Lebih detail, jenis *narrative review* yang digunakan adalah *narrative overviews*, yang juga disebut sebagai *unsystematic narrative reviews* (Oxman et al., 1994), yang merupakan sintesis naratif menyeluruh atas informasi yang sudah dipublikasikan sebelumnya. *Narrative overviews* bisa menjadi kontribusi yang berharga bagi literatur jika dipersiapkan dengan semestinya. Tinjauan pustaka ini melaporkan temuan

penulis dalam format ringkas yang biasanya merangkum konten setiap artikel. Tinjauan naratif merupakan artikel pendidikan yang bermanfaat karena menarik banyak informasi ke dalam format yang dapat dibaca, sangat membantu dalam menyajikan perspektif luas tentang topik dan sering menggambarkan sejarah atau perkembangan masalah atau manajemennya. Tinjauan naratif dapat berfungsi untuk memancing pemikiran dan kontroversi. Dalam menyajikan ulasan naratif, peneliti harus seobyektif mungkin. Peneliti harus selalu kembali pada tujuan dari *narrative review* yaitu menggambarkan dan mensintesis literatur yang tersedia pada suatu topik, memberikan kesimpulan dari bukti yang ada. Unsur yang akan diperlukan dari *narrative review* serupa dengan yang diperlukan dalam bentuk ilmiah apapun yaitu: judul, struktur abstrak, pendahuluan, metode, diskusi, kesimpulan, pengakuan (jika ada), referensi, tabel, gambar, keterangan gambar (Oxman, 1994). Unsur-unsur tersebut digunakan dalam penelitian ini dalam menggunakan metode *narrative review*.

Terkait dengan analisis data yang digunakan dalam artikel ini, *narrative review* mengacu pada teknik informal yang digunakan untuk mensintesis temuan dari penelitian-penelitian sebelumnya, termasuk diantaranya beberapa jenis komentar atau interpretasi (Sackett, 1981).

Data utama penelitian merupakan hasil penelitian terdahulu yang telah dipublikasikan. Literatur dicari melalui mesin pencari *Google* dan *lib.ui.ac.id* dengan *summon discovery search*. Kata kunci yang digunakan adalah *news aggregator*, *ethics*, dan *journalism*. Penelitian ini juga menggunakan *purposive sampling* untuk merekrut tiga pengguna *news aggregator* di Indonesia dengan kriteria merupakan pengguna aktif *news aggregator* selama lebih dari satu tahun. Selain itu, informan dari sisi regulator yaitu Dewan Pers untuk memperkuat hasil deskripsi juga ditetapkan secara *purposive sampling* dengan kriteria memiliki sertifikat sebagai tenaga ahli pers. Data dari keempat informan ini merupakan data tambahan yang akan diolah dengan teknik analisis naratif. Data tambahan dikumpulkan melalui wawancara semi-terstruktur satu per satu per informan. Penelitian dilaksanakan pada tanggal 20–26 Mei 2019.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Melalui pencarian di mesin pencari *Google* dan *summon discovery search* di situs *lib.ui.ac.id*

dengankata kunci *news aggregator*, *ethics*, dan *journalism* diperoleh hasil beberapa jurnal yang kemudian dipilih yang memiliki kesesuaian topik dengan arah penelitian sebanyak sepuluh jurnal, dengan hasil *literature review* sebagai berikut:

- 1) Munculnya situs *aggregator* berita adalah fenomena penting dalam lanskap media kontemporer. Mengungguli outlet berita tradisional, *aggregator* berita online, seperti *Yahoo News*, *Google News*, dan *Huffington Post*, telah menjadi sumber utama berita bagi pemirsa Amerika. Menghadapi kesulitan ekonomi, beberapa organisasi berita menyalahkan *aggregator* berita karena mencuri konten dan khalayak mereka. Namun, hubungan antara *aggregator* berita dan media tradisional di sisi permintaan belum mendapat perhatian ilmiah yang memadai. Melalui survei nasional terhadap 1.143 pengguna Internet A.S., penelitian ini mengintegrasikan paradigma kegunaan dan gratifikasi dan pendekatan ekonomi untuk memprediksi konsumsi *aggregator* dan menguji persaingan pasar. Dalam hal konsumsi, di antara faktor-faktor demografis, usia dan etnis adalah dua prediktor utama penggunaan *aggregator*. Di antara faktor-faktor psikologis, motivasi pendapat adalah satu-satunya non-prediktor penggunaan *aggregator*, menunjukkan bahwa pengguna tidak mencari konten yang didorong oleh opini ketika mereka mengunjungi situs *aggregator*. Dalam hal kompetisi, penelitian ini mengungkap hubungan non-kompetitif antara tiga *aggregator* berita utama dan 13 outlet TV, media cetak, dan media sosial. Temuan tersebut bertentangan dengan sentimen industri dan model yang diusulkan berfungsi sebagai dasar untuk berteori lebih lanjut konsumsi *aggregator* berita (Lee & Chyi, 2015).
- 2) Dengan latar belakang perdebatan tentang kebijakan yang berpusat pada pertanyaan apakah *aggregator* berita seperti *Google News* mengurangi atau meningkatkan *traffic* ke situs berita online. Disini lain muncul perdebatan yang memandang *aggregator* sebagai pengganti konsumsi berita tradisional karena halaman arahan *aggregator* menyediakan potongan berita dan karenanya mengurangi insentif untuk mengklik artikel yang ditautkan. Sebaliknya, para tergugat dari *aggregator* memandang *aggregator* sebagai pelengkap karena *aggregator* membuat lebih mudah untuk menemukan berita dan karenanya

mengarahkan lalu lintas ke penerbit. Perdebatan ini telah mendapat perhatian khusus di Uni Eropa di mana dua negara, Jerman dan Spanyol, memberlakukan reformasi hak cipta yang memungkinkan surat kabar membebani *aggregator* karena mengaitkannya dengan cuplikan berita. Dalam makalah ini, Spanyol sebagai eksperimen karena *Google News* ditutup bersama-sama sebagai respons terhadap reformasi pada Desember 2014. Konsumsi berita dibandingkan dari sejumlah besar pengguna *Google News* dengan grup kontrol sintetik non-*Google* serupa. Lebih lanjut ditemukan bahwa penutupan *Google News* membuat pengurangan konsumsi berita secara keseluruhan sekitar 20% untuk pengguna, dan itu mengurangi tampilan halaman pada penerbit selain *Google News* sebesar 10%. Penurunan ini terkonsentrasi di sekitar penerbit kecil sementara penerbit besar tidak melihat perubahan signifikan dalam keseluruhan lalu lintas mereka. Temuan lebih lanjut bahwa ketika *Google News* dimatikan, penggunaanya dapat mengganti beberapa tetapi tidak semua jenis berita yang mereka baca sebelumnya. Pasca-shutdown, mereka membaca lebih sedikit berita, *hard news*, dan berita yang tidak terliput dengan baik di penerbit berita favorit mereka. Kategori berita ini menjelaskan sebagian besar pengurangan keseluruhan dalam konsumsi berita, dan menjelaskan mekanisme di mana *aggregator* berinteraksi dengan penerbit tradisional (Athey, Mobius, & Pal, 2017).

- 3) Dihadapkan dengan keadaan yang telah berubah karena adanya Internet, praktik kerja profesional memiliki opsi untuk berubah atau tetap sama. Makalah ini membahas bagaimana para pekerja berita dalam bentuk baru ruang berita digital telah mengadaptasi lokasi lama atau 'beat' berbasis sistem topik; sekarang ada permintaan untuk menyusun atau mengumpulkan berita yang sepenuhnya terbentuk dari situs web berita warisan atau muncul dari media sosial. Kisah-kisah seperti ini sering dihargai karena viralitasnya yaitu, seberapa jauh dan cepat mereka telah menyebar dan kekuatan mereka untuk menarik klik dari pembaca. Saat ini, semakin banyak situs web berita yang mengumpulkan atau membuat berita seperti itu sebagai bagian dari penawaran berita mereka sendiri. Namun mengurasi cerita-cerita ini membawa tantangan bagi identitas jurnalis dan

praktik kerja, yang menuntut tanggapan. Berdasarkan studi etnografi dari delapan ruang berita digital, ditemukan bagaimana para pekerja berita menggunakan ritual jurnalistik untuk melegitimasi cerita-cerita bekas yang mengalir ke ruang berita. Metode yang digunakan adalah observasi penggunaan ritual objektivitas, berbagai sumber dan perbandingan dengan outlet berita lainnya sebagai mekanisme yang digunakan oleh para pekerja berita untuk memvalidasi dan membenarkan penggunaan konten bekas (Duffy, Tandoc, & Ling, 2018).

- 4) Pertumbuhan akses Internet yang semakin meningkat dan penggunaan *platform* jejaring sosial dan mesin pencari skala besar telah memaksa surat kabar digital untuk menghadapi tantangan. Di antaranya adalah kebutuhan untuk terus-menerus memperbarui berita, semakin kompleksnya sumber, sulitnya menjalankan fungsi sebagai penjaga gerbang di lingkungan yang terfragmentasi. Dimana pendapat, bias dan prasangka para pakar, pengikut mereka, pengguna *Twitter*, dll, telah mengambil porsi yang baru dalam menentukan dan memberikan tekanan yang meningkat untuk menerbitkan item berita tertentu hanya karena menjual. Surat kabar digital juga harus berbagi audiensi dengan *aggregator* yang dikhususkan untuk bisnis penyebaran konten yang diproduksi oleh penerbit berita digital, blog, dan RSS feed, yang dipilih berdasarkan algoritma mesin pencari, suara pengguna atau preferensi pembaca. Fakta bahwa sistem distribusi berita yang terkomputerisasi ini jarang menggunakan kriteria yang menjadi dasar jurnalisme menunjukkan bahwa pekerjaan penjaga gerbang sedang dibingkai ulang sedemikian rupa sehingga semakin menghilangkan jurnalis dari proses penentuan apa yang layak diberitakan. Studi tren ini memerlukan penilaian 47 poin dari 30 *aggregator* berita yang saat ini menyediakan konten sindikasi dan delapan wawancara semi-terstruktur dengan editor surat kabar digital distribusi massal berkualitas yang diterbitkan di AS, Spanyol dan Portugal (Edo, Yunquera, & Bastos, 2019).
- 5) Keahlian dalam era digital dianalisis menggunakan metode etnografi berita yang semakin tervalorisasi 'pelaporan serius dan kuno' dan laporan pekerjaan yang berlawanan, agregasi berita. Teknik analisis data dimulai dengan analisis isi Komisi Komunikasi Federal 4 Maret 2010 di mana

wartawan berusaha untuk menarik batas yang tajam antara pelaporan dan agregasi. Pada bagian kedua artikel ini mengeksplorasi praktik agregasi jurnalistik aktual yang dipadukan. Investigasi empiris berfungsi sebagai perancah untuk membangun teori keahlian digital yang melihat sifat dan perjuangan atas keahlian itu sebagai properti jaringan. Keahlian, menurut argumen umum dikemukakan di bagian akhir, bukan merupakan properti tetap yang dapat 'diklaim', juga bukan hanya hasil yang tak terelakkan dari perjuangan kerja yang jelas atas yurisdiksi tertentu. Secara khusus, jaringan yang diteliti di sini menyatu di sekitar berbagai konsepsi 'apa yang dianggap' sebagai bentuk bukti jurnalistik yang valid dalam kondisi digitalisasi (Anderson, 2013).

- 6) Eksperimen *online* dilakukan untuk mempelajari persepsi orang tentang berita tertulis di komputer otomatis. Menggunakan desain $2 \times 2 \times 2$, memvariasikan topik artikel (olahraga, keuangan; dalam-mata pelajaran) dan sumber artikel dan aktual (sumber daya manusia, tulisan komputer; antar-subyek). Sembilan ratus delapan puluh enam mata pelajaran dinilai tentang kredibilitas, keterbacaan, dan keahlian jurnalistik. Memvariasikan sumber yang dideklarasikan memiliki efek yang kecil tetapi konsisten: subyek yang dinilai artikelnya dinyatakan sebagai yang ditulis selalu lebih baik, terlepas dari sumber yang sebenarnya. Memvariasikan sumber yang sebenarnya memiliki efek yang lebih besar: subjek menilai artikel yang ditulis komputer sebagai lebih kredibel dan lebih tinggi dalam keahlian jurnalistik tetapi kurang dapat dibaca. Di seluruh topik, persepsi subjek tidak berbeda. Hasilnya memberikan perkiraan konservatif untuk kesukaan akan berita yang ditulis dengan komputer, yang akan memiliki peningkatan secara waktu serta mendukung panggilan sebelumnya untuk membangun etika dari berita yang ditulis dengan komputer (Graefe, Haim, Haarmann, & Brosius, 2018).

Optimisme digital di Indonesia per Januari 2018 di peringkat tujuh secara global menurut Hootsuite We are social dengan 71% persentase populasi internet Indonesia yang percaya bahwa teknologi baru menawarkan lebih banyak kesempatan-kesempatan daripada risiko (We Are Social, 2018).

Wawancara dilakukan kepada tiga pengguna *News aggregator* yaitu MS, AN, dan NS. Ketiganya adalah

mahasiswi pascasarjana di Universitas Negeri di Indonesia dengan minimal satu tahun sebagai pembaca *news aggregator*. Platform *news aggregator* yang digunakan adalah *LINE Today*. Dikarenakan opini dan subjektivitas penulis, MS kurang percaya atas kebenaran isi dari *news aggregator* yang dia konsumsi. AN dan NS menyadari perlunya melakukan *double check* dan menelusuri ke sumber berita aslinya dari berita yang dibaca di *news aggregator*. MS jarang melakukan pengecekan ke sumber pertama berita (media berita yang pertama memuat berita tersebut). MS dan AN memiliki kebingungan dan ketidakjelasan apakah berita benar-benar ditulis oleh wartawan berdasarkan kode etik jurnalistik, NS hanya berfokus pada isi berita. AN sendiri pernah membaca berita di *news aggregator* yang berasal dari akun media sosial dan AN tidak mempercayai kebenaran informasi yang dimuat.

Walaupun memiliki keraguan atas kebenaran informasi dari *news aggregator* yang dikonsumsi, ketiga informan akan terus menggunakan *platform news aggregator* tersebut sebagai salah satu sumber informasi. *News aggregator* disukai karena menampilkan informasi utama tanpa harus membaca banyak (MS), semacam merangkum isu terkini (AN), dan menyajikan banyak berita sampai film bahkan drama korea (NS). Jika MS menyadari adanya bias antara fakta dan opini sebagai kelemahan dari *news aggregator*, sedangkan AN tidak menyukai *news aggregator* karena terlalu mengekspos isu yang itu-itu saja. Seluruh informan tahu tentang kode etik jurnalistik dan menilai sangat penting untuk diterapkan agar menjamin kebenaran informasi yang diperoleh pembaca.

Dari posisi regulator, berikut temuan berdasarkan hasil wawancara dengan tenaga ahli pers Dewan Pers, Bapak Herutjahjo Soewardjo:

Bahwa yang dimaksud dengan pers/media jurnalistik, sesuai bunyi Pasal 1 ayat (1) Undang-Undang Nomor 40 Tahun 1999 tentang Pers adalah lembaga sosial dan wahana komunikasi massa yang melaksanakan kegiatan jurnalistik meliputi mencari, memperoleh, memiliki, menyimpan, mengolah, dan menyampaikan informasi (sering disingkat 6 M) baik dalam bentuk tulisan, suara, gambar, suara dan gambar, serta data dan grafik dalam bentuk lainnya dengan menggunakan media cetak, media elektronik, dan segala jenis saluran yang tersedia. Media *online* disebut sebagai pers sesuai dengan bunyi butir 1a. Pedoman Pemberitaan Media Siber (PPMS) (Peraturan

Dewan Pers Nomor 1/Peraturan-DP/III/2012) yang menyatakan Media Siber (*online*) adalah segala bentuk media yang menggunakan wahana internet dan melaksanakan kegiatan jurnalistik (meliputi 6 M), serta memenuhi persyaratan Undang-Undang Pers dan Standar Perusahaan Pers yang ditetapkan Dewan Pers.

Media *online* dapat disebut sebagai pers setidaknya ada tiga yakni:

1. Melakukan kegiatan jurnalistik (meliputi 6 M), kemudian dituangkan dengan memedomani KEJ;
2. Memenuhi Persyaratan Undang-Undang Nomor 40 Tahun 1999 tentang Pers antara lain berbadan hukum Indonesia (Pasal 1 ayat (2)); mengumumkan nama, alamat dan penanggungjawab secara terbuka melalui media yang bersangkutan (Pasal 12);
3. Memenuhi Standar Perusahaan Pers (Peraturan Dewan Pers Nomor: 4/Peraturan-DP/III/2008) antara lain berbadan hukum perseroan terbatas atau badan-badan hukum yang dibentuk berdasarkan perundang-undangan (butir 2); memiliki modal dasar sekurang-kurangnya Rp 50.000.000 (lima puluh juta rupiah (butir 5); memiliki kemampuan keuangan yang cukup untuk menjalankan kegiatan perusahaan secara teratur sekurang-kurangnya selama 6 (enam) bulan (butir 6); memberikan upah kepada wartawan dan karyawannya sekurang-kurangnya sesuai dengan upah minimum provinsi minimal 13 kali setahun (butir 8).

News aggregator tidak serta merta disebut pers. Ia bisa menjadi poduk pers bila memenuhi segala persyaratan sebagaimana disebutkan dalam butir 3 a-h PPMS (Peraturan Dewan Pers Nomor: 1/Peraturan-DP/III/2012) antara lain, misalnya. tidak bertentangan dengan Undang-Undang No 40 Tahun 1999 tentang Pers dan KEJ (a); melakukan registrasi keanggotaan (b); menyetujui secara tertulis isinya tidak memuat fitnah, bohong, sadis dan cabul, tidak mengandung SARA, tidak memuat isi diskriminatif (c 1);2);3); Media siber memiliki kewenangan mengedit (d), dan lain sebagainya. Cara kerja *news aggregator* tidak diatur secara spesifik dalam PPMS. Yang penting memenuhi ketentuan butir 3 a-h PPMS (Peraturan Dewan Pers Nomor: 1/Peraturan- DP/III/2012). Semestinya posisi *news aggregator* tidak bertabrakan dengan hukum sepanjang sesuai dengan yang termaktub dalam PPMS.

Jika ada kesalahan dalam informasi atau munculnya *fake news* dalam artikel di *news aggregator* sudah

diatur dalam butir 3 g-h PPMS (Peraturan Dewan Pers Nomor: 1/Peraturan- DP/III/2012) yaitu “Media siber yang telah memenuhi ketentuan pada butir (a), (b), (c), dan (f) tidak dibebani tanggung jawab atas masalah yang ditimbulkan akibat pemuatan isi yang melanggar ketentuan pada butir (c)’, dan “Media siber bertanggung jawab atas Isi Buatan Pengguna yang dilaporkan bila tidak mengambil tindakan koreksi setelah batas waktu sebagaimana tersebut pada butir (f)’.

Melihat perkembangan IT di Indonesia, prospek ke depan *news aggregator* cukup menjanjikan. Dari laman *kompas.com* dapat dibaca antara lain sebagai berikut: Berapa jumlah pengguna internet di Indonesia? Menurut lembaga riset pasar *e-Marketer*, populasi *netter* Tanah Air mencapai 83,7 juta orang pada 2014. Angka yang berlaku untuk setiap orang yang mengakses internet setidaknya satu kali setiap bulan itu mendudukkan Indonesia di peringkat ke-6 terbesar di dunia dalam hal jumlah pengguna internet. Pada 2017, *eMarketer* memperkirakan *netter* Indonesia bakal mencapai 112 juta orang, mengalahkan Jepang di peringkat ke-5 yang pertumbuhan jumlah pengguna internetnya lebih lambat. Secara keseluruhan, jumlah pengguna internet di seluruh dunia diproyeksikan bakal mencapai 3 miliar orang pada 2015. Tiga tahun setelahnya, pada 2018, diperkirakan sebanyak 3,6 miliar manusia di bumi bakal mengakses internet setidaknya sekali tiap satu bulan (Brs, 2014)

Situs *aggregator* dikunjungi oleh pengguna bukan karena terdemotivasi oleh opini, namun terkadang hanya karena adanya pemberitahuan melalui seluler, menimbulkan ketertarikan pengguna untuk lebih lanjut membaca berita di *news aggregator*. Penutupan *Google News* di Jerman dan Spanyol hanya mempengaruhi penerbit kecil. Pengaruh lainnya adalah pengurangan konsumsi berita secara keseluruhan. Distribusi berita dalam *aggregator* jarang menggunakan kriteria yang menjadi dasar jurnalisme. Keahlian jurnalistik bukanlah properti yang bisa diklaim karena merupakan hasil perjuangan kerja atas yurisdiksi tertentu. Namun adanya kondisi digitalisasi, terjadi berbagai konsepsi 'apa yang dianggap' sebagai bentuk bukti jurnalistik yang valid (AS, Spanyol, dan Portugal). Penulisan berita untuk memenuhi selera pasar menjadi trend saat ini yang harus dipenuhi.

News aggregator tidak serta merta disebut pers dikarenakan adanya persyaratan yang harus dipenuhi terkait Peraturan Dewan Pers Nomor: 1/Peraturan-

DP/III/2012, antara lain seperti bentuk badan hukum media pers (pasal 9), dan sebagai perusahaan pers harus memberikan kesejahteraan kepada wartawan dan karyawan pers (pasal 10). Variabel inilah yang membedakan Indonesia dengan negara lain. Variabel ini juga yang membuat *news aggregator* bukanlah masuk dalam kriteria media pers.

Regulasi dan etika diatur oleh negara yang memiliki *status quo* namun tidak mengesampingkan kebebasan pers. *Trend* penggunaan *news aggregator* secara kualitatif dapat dikatakan masih akan berlanjut walaupun temuan dalam penelitian ini menyebutkan bahwa pengguna kurang percaya atas kebenaran isi berita di *news aggregator*.

KESIMPULAN

Menjawab pertanyaan penelitian, *news aggregator* belum sesuai dengan etika jurnalistik di Indonesia melihat sumber konten tidak hanya dari media pers namun juga dari media sosial. *News aggregator* belum memenuhi kriteria Undang-Undang Nomor 40 Tahun 1999 tentang Pers. Bahkan *news aggregator* tidak dapat dengan serta merta disebut sebagai pers karena regulasi yang harus dipenuhi di Indonesia. Yang pasti adalah *news aggregator* merupakan pengumpul konten yang sedang ramai atau *trending* di dunia digital. *News aggregator* membantu menyederhanakan pencarian berita dan informasi.

Berdasarkan hasil penelitian, *news aggregator* kedepannya akan tetap digunakan oleh pengguna seluler baik dikarenakan ketertarikan akan konten yang dimunculkan oleh algoritma per individu, atau karena adanya kebutuhan karena pekerjaan. Regulasi dan etika jurnalistik dan media pers diatur sepenuhnya oleh Dewan Pers, termasuk jika terdapat *information disorder* dalam konten *news aggregator* yang bersumber dari media pers, bukan dari media sosial.

UCAPAN TERIMA KASIH

Penulis mengucapkan terima kasih kepada semua pihak yang telah membantu penyelesaian penelitian ini, kepada seluruh informan khususnya kepada tenaga ahli pers Dewan Pers, Bapak Herutjahjo Soewardjo.

DAFTAR PUSTAKA

- Lashinsky, A. (2009). Eric Schmidt wishes Google could save newspapers - Jan. 7, 2009. Retrieved May 21, 2019, from http://archive.fortune.com/2009/01/07/technology/la shinsky_google.fortune/index.htm
- Anderson, C. W. (2013). What *aggregators* do: Towards a networked concept of journalistic expertise in the digital age. *Journalism*. <https://doi.org/10.1177/1464884913492460>
- Athey, S., Mobius, M., & Pal, J. (2017). *The Impact of Aggregators on Internet News*.
- Brs. (2014). Kementerian Komunikasi dan Informatika. Retrieved May 25, 2019, from https://kominform.go.id/content/detail/4286/penggunaan-internet-indonesia-nomor-enam-dunia/0/sorotan_media
- Crichton D., Christel B., Shidham A., Valderrama A., & Karmel J. (2010). Introduction | Journalism in the Digital Age. Retrieved May 26, 2019, from https://cs.stanford.edu/people/eroberts/cs181/projects/2010-11/Journalism/index7f0d.html?page_id=16
- Davies, P. (2000). The Relevance of Systematic Reviews to Educational Policy and Practice Oxford Review of Education. *Oxford Review of Education*. <https://doi.org/10.1080/3054980020001882>
- Dijkers, M. P. J. M. (2009). The value of “traditional” reviews in the era of systematic reviewing. *American Journal of Physical Medicine and Rehabilitation*. <https://doi.org/10.1097/PHM.0b013e31819c59c6>
- Duffy, A., Tandoc, E. C., & Ling, R. (2018). Frankenstein journalism. *Information Communication and Society*, 21(10), 1354–1368. <https://doi.org/10.1080/1369118X.2017.1313884>
- Edo, C., Yunquera, J., & Bastos, H. (2019). Content syndication in news aggregators. Towards devaluation of professional journalistic criteria. *Comunicar*. <https://doi.org/10.3916/C59-2019-03>
- Graefe, A., Haim, M., Haarmann, B., & Brosius, H. B. (2018). Readers’ perception of computer-generated news: Credibility, expertise, and readability. *Journalism*. <https://doi.org/10.1177/1464884916641269>
- Green, B.N., Johnson, C. D., & Adams, A. (2006). Writing narrative review of the literature for peer-reviewed journals: secrets of the trade. *Journal of Chiropractic Medicine*. [https://doi.org/10.1016/S0899-3467\(07\)60142-6](https://doi.org/10.1016/S0899-3467(07)60142-6)
- Green, B. N., Johnson, C. D., & Adams, A. (2006). Writing narrative literature reviews for peer-reviewed journals : secrets of the trade. *Journal of Chiropractic Medicine*, 5(Number 3), 101–117.
- Jeon, D. S., & Nasr, N. (2016). News aggregators and competition among newspapers on the internet. *American Economic Journal: Microeconomics*. <https://doi.org/10.1257/mic.20140151>
- King, W. R. (2005). Understanding the Role and Methods of Meta-Analysis in IS Research. *Communications of the Association for Information Systems*.
- Lee, A. M., & Chyi, H. I. (2015). The Rise of Online News Aggregators: Consumption and Competition. *JMM International Journal on Media Management*. <https://doi.org/10.1080/14241277.2014.997383>
- Newman, N., Fletcher, R., Kalogeropoulos, A., Levy, D. A., & Nielsen, R. K. (2018). *Reuters Institute Digital News Report 2018*. Reuters Institute. <https://doi.org/10.2139/ssrn.2619576>
- Oxman, A. D. (1994). Systematic Reviews: Checklists for review articles. *BMJ*.

- <https://doi.org/10.1136/bmj.309.6955.648>
- Oxman, A. D., Cook, D. J., Guyatt, G. H., Bass, E., Brill-Edwards, P., Browman, G., ... Wilson, M. (1994). Users' Guides to the Medical Literature: VI. How to Use an Overview. *JAMA: The Journal of the American Medical Association*. <https://doi.org/10.1001/jama.1994.03520170077040>
- Puddephatt, A. (2011). The Importance of self regulation of the media in upholding freedom of expression; Series CI debates: communication and information; Vol.:9; 2011. Rio de Janeiro: UNESCO. Retrieved from <http://unesdoc.unesco.org/images/0019/001916/191624e.pdf>
- Rosenthal, R., & DiMatteo, M. R. (2001). Meta-Analysis: Recent Developments in Quantitative Methods for Literature Reviews. *Annual Review of Psychology*. <https://doi.org/10.1146/annurev.psych.52.1.59>
- Sackett, D. L. (1981). How to read clinical journals. *Canadian Medical Association Journal*. <https://doi.org/10.1177/0272989X8100100308>
- We Are Social. (2018). Digital in 2018 Global Overview. Retrieved May 21, 2019, from <https://www.slideshare.net/wearesocial/digital-in-2018-global-overview-86860338>
- Williams, C. J. (1998). The pitfalls of narrative reviews in clinical medicine. *Annals of Oncology*. <https://doi.org/10.1023/A:1008299304900>

Halaman ini sengaja dikosongkan