

BAB II

TINJAUAN PUSTAKA

Tinjauan Pustaka adalah seperangkat definisi, konsep, serta proposisi yang telah disusun dengan rapi serta sistematis dan dapat memberikan cara untuk memandang segala permasalahan secara komprehensif, terpercaya, empiris dan dapat diuji, berikut landasan konseptual yang digunakan dalam penelitian ini.

2.1 Penelitian Terdahulu

Peneliti mengambil penelitian Yulius Rudi Haryanto membahas “Pembacaan Ekonomi Politik Atas Praktik *Cloning Journalism* Di Era Digital”. Menurut Haryanto, ada satu penyakit yang diderita oleh para pekerja media di era digital ini, yakni *Cloning Journalism*. Penyakit ini terbukti ketika para pekerja media menyalin *caption* atau informasi yang ditulis pemilik akun media sosial, seperti *facebook*, *whatsapp*, *line*, *telegram*, *tik-tok*, *twiter*, *instagram* dan media lain untuk dijadikan berita di media berita. Para pekerja media tidak lagi terjun ke lapangan dan menyaksikan secara langsung peristiwa atau kejadian, tetapi mengambil jalur instan-salin temple berita. Media-media berita sudah terjebak dalam sistem ekonomi kapitalis neoliberal. Media-media berita tunduk dibawah dominasi kapitalisme neoliberal, kebutuhan pasar bebas diutamakan daripada kebenaran, kevalidan, objektivitas dan kode etik jurnalistik lainnya (*Majalah AKADEMIKA STFK Ledalero, Vol.20.No2.Januari-Juni 2022*).

Mengacu pada analisis Vincent Moscow, Haryanto berpendapat bahwa media berita pertama-tama cenderung mengkomodifikasi (komodifikasi) pembaca, audiens, dan konten demi kebutuhan pasar. Semakin banyak pengklik, dan semakin banyak penglihat/pengunjung, tentu saja semakin banyak pemasukan atau keuntungan. Di sini, pembaca, *audiens*, pengikut, atau pengunjung laman tersebut dipandang sebagai komoditas oleh pemilik media. Kedua, spesialisasi. Media berita dengan memanfaatkan jaringan *global* dapat mengatasi batas-batas geografi dan geopolitik. Media baru memanfaatkan *platform-platform digital* untuk menerbitkan dan menyebarkan berita ke seluruh dunia. Semua orang dari belahan dunia mana pun dapat mengakses dan membaca berita tersebut. Tidak hanya itu, kecakatan perusahaan media menggunakan komunikasi komputer untuk mengatur bisnis di seluruh dunia guna meningkatkan jumlah konsumen, pekerja, modal, dan teknologi sangat dibutuhkan. Ketiga, strukturasi. Di satu sisi kehadiran media baru mengukuhkan ketimpangan dalam mengakses media komunikasi. Hal ini dilakukan oleh media-media, seperti Tempo, Kompas, Media Indonesia, *The Jakarta Post*, dan lain-lain yang tidak dapat diakses secara gratis. Hanya konsumen berbayar dapat mengakses berita dan konten-konten di dalamnya. Di sisi lain, kehadiran aneka media baru dipandang dapat mengatasi ketimpangan dalam mengakses berita dan konten-konten secara gratis. Namun, dengan mengacu pada pendapat Schiller dalam Webster, Haryanto mengatakan bahwa kalangan yang tidak mampu membeli media komunikasi yang berbayar, akan mengonsumsi informasi sampah.

Dari penelitian terdahulu di atas terdapat persamaan dan perbedaan dengan penelitian yang akan dilakukan penulis. Persamaan dari penelitian terdahulu dengan penelitian yang akan dilakukan penulis yaitu sama-sama membahas praktik *cloning journalism*. Perbedaannya yaitu penelitian terdahulu meneliti tentang pembacaan ekonomi politik atas praktik *cloning journalism* dan yang menjadi subyek penelitiannya merupakan pengamat atau pemerhati praktik kerja jurnalis di era digital. Sedangkan penelitian yang dilakukan penulis adalah persepsi wartawan *floresnews.id* terhadap praktik *cloning journalism* pada media *online floresnews.id*.

2.2 Media Online

Perkembangan teknologi informasi semakin mempermudah manusia dalam memenuhi kebutuhannya akan berbagai hal. Salah satunya dengan hadirnya media *online* yang tergolong media baru. Media massa *online* tidak pernah menghilangkan media massa lama. Tetapi kehadiran media *online* mensubtil media konvensional. Media online merupakan tipe baru jurnalisme karena memiliki sejumlah fitur dan karakteristik dari jurnalisme tradisional. Fitur-fitur uniknya mengemuka dalam teknologinya, menawarkan kemungkinan-kemungkinan tidak terbatas dalam memproses dan menyebarkan berita (Septiawan Santana K, 2005:137).

2.2.1 Pengertian Media Online

Menurut definisi, media *online* (*online media*) disebut juga *cybermedia* (media siber), *internet media* (media *internet*), dan *new media* (media baru) dapat diartikan sebagai media yang tersaji secara *online* di situs *web* (*website*) *internet*. Pedomaan Pemberitaan Media Siber (PPMS) yang dikeluarkan Dewan Pers mengartikan media siber sebagai segala bentuk media yang menggunakan wahana *internet* dan melaksanakan kegiatan jurnalistik, serta memenuhi persyaratan Undang-undang Pers dan standar Perusahaan Pers yang di tetapkan Dewan Pers.

Dalam perspektif studi media atau komunikasi massa, media *online* menjadi obyek kajian teori media baru (*new media*), yaitu istilah yang mengacu pada permintaan akses ke konten (isi/informasi) kapan saja, dimana saja pada setiap perangkat digital serta umpan balik pengguna interaktif, partisipasi kreatif dan pembentukan komunitas sekitar konten media, juga generasi *real-time*. *New media* merupakan penyederhanaan istilah (simplifikasi) terhadap media di luar media massa konvensional. Sifat *new media* adalah cair (*fluids*), konektivitas individual dan menjadi sarana untuk membagi peran kontrol dan kebebasan (Romli, Asep Syamsul M. 2018:32).

2.2.2 Karakteristik Media Online

Menurut Romli, Asep Syamsul M. (2018:37) karakteristik sekaligus keunggulan media online dibandingkan media konvensional (cetak atau elektronik) identik dengan karakteristik jurnalistik *online*, antara lain;

- 1) Multimedia. Dapat memuat atau menyajikan berita/informasi dalam bentuk teks, audio, video, grafis, dan gambar secara bersamaan.
- 2) Aktualitas. Berisi informasi aktual karena kemudahan dan kecepatan penyajian.
- 3) Cepat. Begitu diposting atau *diupload*, langsung bisa diakses semua orang.
- 4) *Update*. Pembaruan (*updating*) informasi dapat dilakukan dengan cepat baik dari sisi konten, maupun redaksional, misalnya, kesalahan ketik/ejaan. Kita belum menemukan istilah ralat di media online sebagaimana sering muncul di media cetak. Informasi disampaikan secara terus menerus.
- 5) Kapasitas luas. Halaman *web* bisa menampung naskah sangat panjang.
- 6) Fleksibel. Pemuatan dan *editing* naskah bisa kapan saja dan dimana saja, juga jadwal terbit (*update*) bisa kapan saja, setiap saat.
- 7) Luas. Dapat menjangkau seluruh dunia yang memiliki akses internet.
- 8) Interaktif. Terdapat fasilitas kolom komentar dan *chat room*.
- 9) Terdokumentasi. Informasi terkumpul di bank data (arsip) dan dapat dengan mudah ditemukan melalui *link* dan fasilitas cari (*search*).

- 10) *Hyperlinked*. Dapat terhubung dengan informasi atau sumber lain (*links*) yang berhubungan dengan informasi terkait.

Adapun karakter media online yang menjadi kekurangan dan kelemahan, diantaranya:

1. Ketergantungan terhadap perangkat komputer dan koneksi *internet*.
2. Bisa dimiliki dan dioperasikan oleh “sembarang orang”. Mereka yang tidak memiliki keterampilan menulis sekalipun menjadi pemilik media *online* dengan isi berupa “*copy paste*” dari informasi situs lain.
3. Adanya kecendrungan mata “mudah lelah” saat membaca informasi media *online*, khususnya naskah yang panjang.
4. Akurasi kadang diabaikan. Seiring dengan keunggulan media *Online* yang dapat dengan cepat memproduksi dan menyebarkan berita, prioritas akan kecepatan berita sehingga berita yang dimuat tanpa diperhatikan kembali sehingga kesalahan penulisan atau *Typo* marak terjadi (Romli, Asep Syamsul M. 2018:38).

2.3 Jurnalistik *Online*

Jurnalistik *online* (*online journalism*) disebut juga *cyber journalism*, jurnalistik *internet* dan jurnalistik *web* (*web journalism*) merupakan proses penyampaian informasi melalui media *internet*, utamanya *website*. Jurnalistik *Online* juga dapat diartikan sebagai suatu kegiatan mengumpulkan, menulis, mengedit informasi kemudian dipublikasikan kepada khalayak secara melalui *internet* (Setyaningsih, Fransiska Desiana 2018. Materi perkuliahan Pengantar Ilmu Jurnalistik).

2.3.1 Prinsip Jurnalistik *Online*

Paul Bradshaw dalam “*Basic Principal of Online Journalism*” (onlinejournalismblog.com) menyebutkan ada lima prinsip dasar jurnalistik *online* yang disingkat *B-A-S-I-C*, yakni:

1. Keringkasan (*Brevity*). Berita *online* dituntut untuk bersifat ringkas, untuk menyesuaikan dengan kehidupan manusia dan tingkat kesibukannya yang makin tinggi. Pembaca memiliki sedikit waktu untuk membaca dan ingin segera tahu informasi.
2. Kemampuan beradaptasi (*Adaptability*). Wartawan *online* dituntut agar mampu menyesuaikan diri di tengah kebutuhan dan preferensi publik.
3. Dapat dipindai (*Scannability*). Untuk memudahkan para audiens, situs-situs terkait dengan jurnalistik *online* hendaknya memiliki sifat dapat dipindai agar pembaca tidak merasa terpaksa dalam membaca informasi atau berita.

4. Interaktivitas (*Interactivity*). Komunikasi dari publik kepada jurnalis dalam jurnalisme *online* sangat dimungkinkan dengan adanya akses yang semakin luas. Pembaca atau *viewer* dibiarkan menjadi pengguna (*user*). Hal ini sangat penting karena semakin audiens merasa dirinya dilibatkan, maka mereka akan semakin dihargai dan senang membaca berita yang ada.
5. Komunitas dan Percakapan (*Community and Conversation*). Media *online* memiliki peran yang lebih besar daripada media cetak dan media konvensional lainnya, yakni sebagai penjaring komunitas. Jurnalis *online* juga harus memberi jawaban atau timbale balik kepada publik sebagai sebuah balasan atas interaksi yang dilakukan public (Romli, Asep Syamsul M. 2018:38).

2.3.2 Karakteristik Jurnalistik Online

Jurnalistik *online* dicirikan sebagai praktik jurnalistik yang mempertimbangkan beragam format media (multimedia) untuk menyusun isi liputan yang memungkinkan terjadinya interaksi antara *journalist* dengan *audiens* dan menghubungkan berbagai elemen berita dengan sumber-sumber *online* yang lain. Kemampuan interaktivitas jurnalistik *online* dianggap bisa meruntuhkan aturan lama tradisi jurnalistik bahwa kebenaran faktual terletak pada praktik jurnalistik karena hanya wartawan yang tahu dan memutuskan informasi macam mana yang dibutuhkan oleh khalayak. Kebenaran faktual, obyektivitas dan imparsialitas tidak lagi dibangun pada ruang senyap editor, namun dipertukarkan antara jurnalis dan publik. (Romli,2018:18).

Mike Ward dalam *Journalism Online* (Focal Press,2002) yang dikutip dalam buku *Jurnalistik Online* (Romli,2018:18) menyebutkan beberapa karakteristik jurnalistik *online* sekaligus yang membedakan dengan media konvensional, yaitu

1. *Immediacy* yaitu kesegaran atau kecepatan penyampaian informasi. Radio dan televisi memang bisa cepat menyampaikan berita, namun biasanya harus mengintrupsi acara yang sedang berlangsung (*breaking news*). Jurnalistik *online* tidak demikian. Tiap menit bahkan dalam hitungan detik sebuah berita dapat diposting.
2. *Multiple Pagination* yaitu bisa berupa ratusan *page* (halaman), terkait satu sama lain, juga bisa dibuka tersendiri (*new tab/new window*).
3. *Multimedia* yaitu menyajikan gabungan teks, gambar, audio, video dan grafis sekaligus.
4. *Flexibility Delivery Platform* yaitu wartawan bisa menulis berita kapan saja dan dimana saja, di atas tempat tidur sekalipun.
5. *Archiving* yaitu tersipkan, dapat dikelompokkan berdasarkan kategori (rubrik) atau kata kunci (*keyword, tags*), juga tersimpan lama yang diakses kapan pun.
6. *Relationship with reader* yaitu kontak atau interaksi dengan pembaca dapat langsung saat itu juga melalui kolom komentar dan lain-lain.

2.4 Cloning Journalism

Secara etimologis istilah *cloning* berasal dari kata *clonela* yang merupakan istilah dari disiplin ilmu biologi atau medis. Ada dua pengertian *cloning* yaitu (1) klon sel yang menduplikasi sejumlah sel dari sebuah sel yang mempunyai sifat-sifat genetik identik, dan (2) klon gen atau molekuler yang berarti gen dimasukkan kedalam gen inang. Sedangkan secara terminologis, *cloning* adalah proses pembuatan sejumlah sel atau molekuler yang seluruhnya identic dengan dengan sel atau molekul asalnya. *Cloning* dalam bidang genetika merupakan replikasi segmen DNA dengan cara nonseksual.

Menurut Soetandyo Wignjosoebroto, 1997 yang dikutip Kembali oleh Aman pada artikel DIMENSIA, Volume 1, No 1, Maret 2007 yang berjudul Kloning Manusia dan Masalah Sosial-Etik Dalam Bahasa Inggris kata kloning berasal dari kata *cloning* diartikan sebagai suatu usaha untuk menciptakan duplikat suatu organisme melalui proses aseksual atau dalam perkataan lain *cloning* berarti penggandaan atau membuat foto kopi dari suatu makhluk dengan cara-cara tidak melalui proses seksual. Istilah tersebut pada awalnya dipakai dalam dunia tanaman yang berarti sekumpulan tanaman yang didapatkan dari pembiakan vegetatif atau pembiakan tanpa perkawinan seperti pembiakan yang menggunakan stek atau cangkok.

Sedangkan dalam dunia jurnalistik, praktik kloning ini disebut dengan istilah *Cloning Journalism*. *Cloning Journalism* merupakan praktik penjiplakan (*copy paste*) berita atau konten yang dilakukan oleh jurnalis atau wartawan, baik atas pengetahuan penulis berita maupun tidak. Selain menjiplak konten, praktik *cloning journalism* juga bisa terjadi meng-*copy paste* bahan berita, seperti hasil wawancara atau liputan wartawan lain. Wartawan penjiplak kemudian tidak harus melakukan investigasi atau liputan langsung terkait peristiwa yang akan diberitakan. Praktik *clonng journalism* tersebut merupakan model pengkonstruksian berita melalui penjiplakan bahan liputan atau konten, dalam mana wartawan bersangkutan tidak menginvestasi langsung kejadian atau pihak terkait dalam suatu peristiwa yang hendak diberitakan. Bahan berita hanya dicomot dari berbagai konten atau berita lainnya, tanpa memahami dan menyaksikan fakta originalnya di lapangan. (Haryatno,2022:24).

Cloning journalism mengacu pada definisi yang dikemukakan oleh Sirkil Syah, yakni: a) saling bertukar transkrip wawancara diantara wartawan atau sering disebut pantulan wawancara, b) saling bertukar foto liputan diantara wartawan, c) saling bertukar berita jadi diantara wartawan yang kemudian sedikit diedit sebelum dikirim ke media masing-masing atau pantulan berita.

Menurut Erwin Kartinawati (2017) ada beberapa pola dalam praktik *cloning journalism*, diantaranya:

1. Pola pertama, dengan meminta wartawan lain untuk mentransfer materi wawancara secara oral. Dalam pola ini, wartawan yang melakukan proses peliputan menceritakan kembali apa yang didapat dalam proses peliputan kepada sesama wartawan yang tidak ikut peliputan langsung di lapangan. Wartawan yang lain ini kemudian mulai menulis berita berdasarkan apa yang diceritakan oleh wartawan yang hadir saat peliputan langsung dengan narasumber atau sumber berita.
2. Pola kedua, para pekerja media atau wartawan menulis berita dan merangkai dengan diksi atau kalimat pribadi penulis berita berdasarkan hasil rekaman, gambar wawancara atau video wawancara yang dilakukan oleh wartawan lain yang melakukan peliputan langsung.
3. Pola ketiga, ini pola yang paling parah yakni tidak berupaya meminta materi berita namun meminta untuk dikirim naskah berita jadi. Setelah mendapat kiriman tersebut akan diubah dengan kalimat sendiri pada awal atau akhir naskah atau tidak diubah sama sekali dan menggantikan nama wartawan bersangkutan seolah karya jurnalistiknya sendiri.

2.5 Jurnalis

Dalam pasal 1 ayat (4) Undang-undang Nomor 40 Tahun 1999 tentang Pers disebutkan bahwa Wartawan atau jurnalis adalah orang yang secara teratur melaksanakan kegiatan jurnalistik. Kegiatan jurnalistik yang dimaksud ialah mencari, memperoleh, mengolah serta menyampaikan informasi atau berita kepada public (Undang-undang Nomor 40 Tahun 1999).

Dilansir dari jurnal Strategi Wartawan Online dalam Mencegah Berita Hoax (2018) oleh Nadia Desti Mandika, dkk wartawan didefinisikan sebagai orang yang secara teratur melaksanakan kegiatan jurnalistik, berupa mencari, memperoleh, memiliki, menyimpan, mengolah, serta menyampaikan informasi baik berbentuk tulisan, suara, gambar, suara dan gambar, serta data dan grafis maupun bentuk lainnya dengan memanfaatkan media cetak, elektronik atau jenis saluran lainnya.

2.6 Persepsi

Persepsi adalah proses kognitif kompleks yang dapat menghasilkan gambaran suatu obyek yang bisa berbeda dengan realitasnya. Persepsi juga terbagi atas beberapa jenis dan tahapan proses yang perlu diketahui, diantaranya :

2.6.1 Pengertian Persepsi

Persepsi dapat diartikan sebagai aspek psikologis yang penting bagi individu manusia dalam merespon atau memberikan jawaban atas kehadiran aspek lain dan gejala yang terjadi disekitarnya. Dalam pengertian yang luas, persepsi menyangkut *intern* dan *ekstern*. Dalam Kamus Besar Bahasa Indonesia (KBBI), Persepsi dapat diartikan sebagai tanggapan (penerimaan) langsung dari sesuatu; serapan. Proses seseorang mengetahui beberapa hal melalui pancaindranya (*Aplikasi KBBI V*).

Menurut Bimo Walgito (2004:70) Persepsi adalah suatu proses pengorganisasian, penginterpretasian terhadap stimulus yang diterima oleh organisme atau individu sehingga menjadi sesuatu yang berarti, dan merupakan aktivitas yang *intergrated* dalam diri individu. Respons atau tanggapan sebagai akibat dari persepsi dapat diambil oleh individu dengan berbagai macam bentuk. Stimulus mana yang akan mendapatkan respons dari individu tergantung pada perhatian individu yang bersangkutan. Berdasarkan hal tersebut, perasaan, kemampuan berpikir, pengalaman-pengalaman yang dimiliki individu tidak sama. Maka dalam mempersepsi sesuatu stimulus, hasil persepsi mungkin akan berbeda antara individu satu dengan individu lain.

Sedangkan menurut Sugihartono (2007:8) memberikan Pengertian sebagai kemampuan panca indra dalam menerjemahkan stimulus atau proses untuk menerjemahkan stimulus yang masuk ke dalam alat indera manusia. Persepsi manusia terdapat perbedaan sudut pandang dalam pengindraan yang

mempersepsikan sesuatu baik atau persepsi yang positif, Maupun persepsi yang negatif yang akan mempengaruhi tindakan manusia yang tampak atau nyata.

Jalaludin Rakhmat (2007:51) juga memberikan definisi tentang Persepsi. Menurut Jalaludin Persepsi merupakan pengamatan tentang objek, peristiwa atau hubungan-hubungan yang diperoleh dengan menyimpulkan informasi dan menafsirkan pesan. Sedangkan, Suharman (2005:23) menyatakan pengertian Persepsi sebagai suatu proses menginterpretasikan atau menafsir informasi yang diperoleh melalui sistem alat indra manusia. Menurutnya ada tiga aspek di dalam persepsi yang dianggap relevan dengan kognisi manusia, yaitu pencatatan indera, pengenalan pola, dan perhatian.

2.6.2 Syarat terjadinya Persepsi

Menurut Sunaryo (2004:98) syarat-syarat terjadinya persepsi adalah sebagai berikut :

- a. Adanya objek yang dipersepsi.
- b. Adanya perhatian yang merupakan langkah pertama sebagai suatu persiapan dalam mengadakan persepsi.
- c. Adanya alat indra/reseptor yaitu alat untuk menerima stimulus.
- d. Saraf sensori sebagai alat untuk meneruskan stimulus ke otak, yang kemudian sebagai alat untuk mengadakan respon.

2.6.3 Faktor-faktor yang mempengaruhi Persepsi

Persepsi ditentukan oleh faktor personal dan faktor situasional (Rakhmat,2005). Menurut David Krech & Richard S. Cruthfield (1997:235) dalam Rakhmat (2005) menyebutkan faktor fungsional dan faktor struktural. Adapun penjelasannya sebagai berikut: Faktor Fungsional berasal dari kebutuhan, pengalaman masa lalu dan hal-hal lain yang termasuk dalam hal faktor-faktor personal. Persepsi tidak ditentukan oleh jenis atau bentuk stimuli, tetapi karakteristik orang yang memberi respon pada stimuli tersebut. Sedangkan, Faktor Srtuktural berasal dari stimuli fisik dan efek-efek saraf yang ditimbulkan pada sistem saraf individu. Selain faktor kebutuhan di atas, Leavitt (1978) juga menyatakan bahwa cara individu melihat dunia adalah berasal dari kelompoknya serta keanggotaannya dalam masyarakat. Artinya, terdapat pengaruh lingkungan terhadap cara individu melihat dunia yang dapat dikatakan sebagai tekanan-tekanan sosial.

Menurut Toha (2003), faktor-faktor yang mempengaruhi persepsi seseorang adalah sebagai berikut ;

a. Faktor Internal

Meliputi, perasaan, sikap dan karakteristik individu, prasangka, keinginan atau harapan, perhatian (fokus), proses belajar, keadaan fisik, gangguan kejiwaan, nilai dan kebutuhan, juga minat, dan motivasi.

b. Faktor Eksternal

Meliputi, latar belakang keluarga, informasi yang diperoleh, pengetahuan dan kebutuhan sekitar, intensitas, ukuran, keberlawanan, pengulangan gerak, hal-hal baru dan familiar atau ketidak asingan suatu objek.