

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Masalah

Seiring dengan perkembangan teknologi yang sangat pesat di masa kini, internet digunakan sebagai media komunikasi dan informasi oleh masyarakat. Dengan kemudahannya, masyarakat dapat mengakses internet dimanapun, dan kapanpun melalui komputer ataupun gadgetnya. Mulanya, internet digunakan untuk keperluan Amerika Serikat dalam pertahanan dan komunikasi saat masa Perang Dingin.

Kini teknologi internet menjadi suatu hal yang dasar digunakan masyarakat, komunikasi terjadi dari satu benda ke benda lainnya, dari satu daerah ke daerah lainnya, bahkan ke negara berbeda terjadi sangat cepat dengan dukungan perangkat jaringan internet (Mambang, 2021, hal 3). Di Indonesia sendiri, internet hadir pada tahun 1988 dan terus berkembang hingga saat ini. Adanya internet tentu tidak terlepas dengan jejaring sosial yang mengikutinya sebagai media pertukaran informasi dan komunikasi.

Beragam jenis hal dapat dimanfaatkan oleh masyarakat dalam menggunakan internet, salah satunya yaitu media online yang menjadi tanda berkembangnya teknologi informasi dan komunikasi. Hadirnya media online memenuhi kebutuhan masyarakat untuk terus mendapatkan berita terbaru yang terjadi di berbagai tempat dengan cepat dan mudah hanya dengan jaringan internet dan alat komunikasi yang dimiliki. Indonesia memiliki banyak perusahaan yang berjalan di bidang media online seperti kompas.com, kapanlagi, detik.com, liputan6, tempo, dan beberapa perusahaan media lainnya.

Dalam era digital yang terus berkembang, media online memiliki fungsi utama dalam menyajikan berita dan informasi kepada masyarakat, serta memiliki peran kunci dalam membentuk opini dan persepsi masyarakat terhadap peristiwa yang tengah terjadi. Berbeda dengan media cetak, media online harus memiliki kecepatan, keakuratan, netral serta kelengkapan dalam pemberitaannya.

Oleh karena itu, dikatakan bahwa media online merupakan pelopor dalam dunia jurnalistik yang memiliki karakteristik sendiri. Karena dalam melakukan penulisan berita yang di terbitkan harus berdasarkan fakta yang realistis serta harus sesuai pada nilai berita, serta etika yang berlaku sesuai undang-undang yang berlaku (Nuruddin, 2009, hal 78).

Sesuai dengan fungsi dari media itu sendiri, media massa diharapkan tidak hanya menyampaikan informasi, tetapi juga memiliki kemampuan untuk mengubah perilaku masyarakat agar berubah menjadi kehidupan yang lebih baik. Dalam artian, media massa dapat mempengaruhi masyarakat (Anwas, 2010, hal 102-103). Pengelolaan media pun tidak hanya dilihat dari siapa pemiliknya, bagaimana sistemnya dan seperti apa bentuknya. Namun, bagaimana produksi media yang dihasilkan.

Media online sebagai wadah tidak dapat dipisahkan dari kegiatan jurnalis me atau jurnalistik. Menurut Onong U Effendy dalam (Dwimuzakkii & Yadi Supriadi, 2022, hal 45) Jurnalistik adalah suatu metode dalam mengelola informasi, yang meliputi proses dari pengumpulan materi (berita) hingga penyebarannya kepada khalayak secara luas. Pada awalnya, jurnalistik hanya mengurus topik yang bersifat informative.

Berita termasuk dalam hasil produksi jurnalistik, yang merupakan sumber utama informasi untuk masyarakat tentang kejadian atau peristiwa yang faktual dan aktual. Berdasarkan laporan Reuters Institute, sebanyak 84% masyarakat di Indonesia mengakses berita melalui media daring pada tahun 2023 ini (Reuters Institute Digital News Report 2023, 2023). Berita tersebar dengan cepat dan langsung setelah terjadinya suatu kejadian melalui media daring membuat masyarakat mudah mendapatkan informasi.

Berita mengenai ditutupnya fitur TikTok Shop dalam aplikasi TikTok pada Oktober 2023 ini sempat ramai diperbincangkan dan ditutupnya fitur TikTok Shop merugikan banyak pihak, baik itu mereka yang berjualan di TikTok, dan pembeli yang sudah merasa nyaman untuk bertransaksi di fitur TikTok Shop tersebut. Hal ini bermula saat pedagang di Tanah Abang merasa dirugikan dengan adanya TikTok Shop, mereka mengatakan bahwa fitur yang ada dalam aplikasi TikTok

tersebut terlalu memberikan harga yang jauh lebih rendah dan sangat berbeda dengan harga yang mereka pasarkan, sehingga membuat omset mereka turun.

Berdasarkan riset yang dilakukan *Data Reportal*, pengguna aktif TikTok di Indonesia pada tahun 2023 mencapai 113 juta berusia 18 tahun ke atas per April 2023. Data ini disampaikan dalam laporan bertajuk *TikTok Users, Stats, Data & Trends*. Hal itu membuat Indonesia menjadi negara dengan pengguna terbanyak dan berada di urutan kedua setelah Amerika Serikat dengan jumlah 116,5 juta pengguna yang aktif menggunakan TikTok. (Reportal, 2023)

Dalam 2 tahun terakhir, banyak masyarakat yang melakukan proses transaksi jual beli melalui TikTok Shop ini. Selain alasan mudah dan cepat karena tidak perlu pergi ke toko secara langsung, harga yang dipasarkan oleh penjual di TikTok Shop pun jauh lebih murah dari toko-toko offline. Hal tersebut yang menjadikan masyarakat seringkali berbelanja melalui fitur TikTok Shop di aplikasi TikTok. TikTok sendiri meluncurkan fitur TikTok Shop pada April 2021 untuk memudahkan pengguna nya dalam berbelanja dari toko favorit mereka.

Disamping perkembangan yang terjadi, ternyata para pedagang di Pasar Tanah Abang tidak bisa mengikuti perkembangan teknologi itu dan mereka merasa dirugikan karena menurutnya harga jual di TikTok Shop sangat jauh di bawah harga pasar. Terkait hal tersebut akhirnya mereka meminta agar fitur TikTok Shop itu dihapus. (Elsa Catriana & Akhdi Martin Pratama, 2023)

Pasar grosir terbesar di Asia Tenggara bernama Pasar Tanah Abang, dan sebagian besar pedagang di sana tidak menggunakan aplikasi TikTok untuk menjual barang dagangannya karena mereka lebih banyak melakukan penjualan eceran tradisional di sana. Pemerintah akhirnya merilis pedoman baru sebagai tanggapan atas permintaan pedagang, dengan menutup fungsi TikTok Shop dalam aplikasi TikTok.

Pemerintah Indonesia secara resmi melarang para pedagang untuk menggunakan fungsi TikTok Shop untuk penjualan dan transaksi pada tanggal 4 Oktober 2023 pada jam 17.00 WIB. Menteri Perdagangan Republik Indonesia menetapkan kebijakan tersebut melalui Peraturan Menteri Perdagangan Nomor 31

Tahun 2023, yang mulai berlaku pada 26 September lalu. Peraturan tersebut mencakup pemain komersial dalam perdagangan melalui jaringan elektronik, termasuk perizinan, periklanan, saran, dan pengawasan.

Setelah resmi ditutup fitur TikTok Shop tersebut, di sisi lain sejumlah penjual yang menggunakan fitur TikTok Shop sebagai wadahnya untuk berjualan pun merasa dirugikan dan kecewa dengan kebijakan tersebut. Terjadi banyak pro dan kontra yang dikeluarkan berbagai pihak terkait hal ini. Pengguna yang biasa melakukan transaksi di fitur TikTok Shop juga mengharapkan fitur ini kembali, karena menurutnya fungsinya sangat memudahkan proses transaksi jual beli mereka dengan toko favoritnya.

Terkait dengan kasus pemberitaan tersebut, banyak media online yang turut menyajikan seperti Detik.com, Liputan6.com, Merdeka.com, Kumparan, Republika dan berbagai media lainnya termasuk Kompas.com. Berbagai media memiliki sudut pandang dan penekanan yang berbeda-beda mengenai peristiwa tersebut. Topik pemberitaan yang sama jika ditulis oleh orang yang memiliki sudut pandang berbeda maka hasil beritanya akan berbeda saat dipublikasikan.

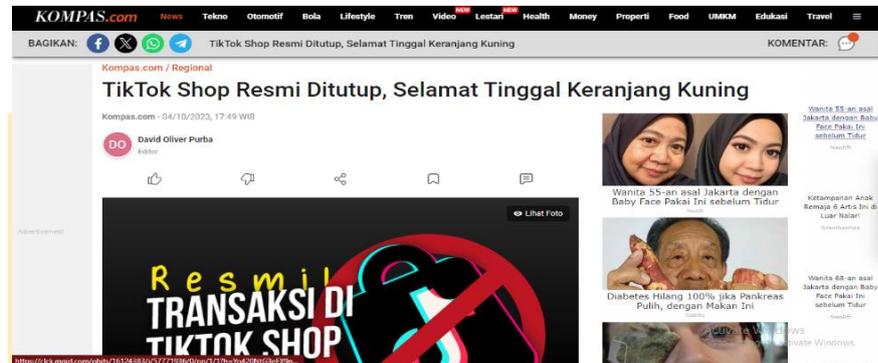
Dalam media online Kompas.com terlihat penekanan yang ditulis pada aspek-aspek tertentu dalam menulis berita mengenai penutupan fitur TikTok Shop, seperti fokus pada tanggapan penjual di TikTok Shop dan tanggapan Kemendag setelah peristiwa TikTok Shop ditutup.



Gambar 1.1 Pemberitaan Mengenai Pedagang Tanah Abang Meminta TikTok Shop Ditutup Pada Kompas.com

Sumber : Kompas.com

Berita diatas merupakan salah satu pemberitaan yang ditampilkan oleh Kompas.com. Pemberitaan ini berisi bahwa pedagang Pasar Tanah Abang yang merasa rugi karena adanya TikTok Shop, pemberitan ini juga yang awalnya menjadikan TikTok Shop akhirnya ditutup.



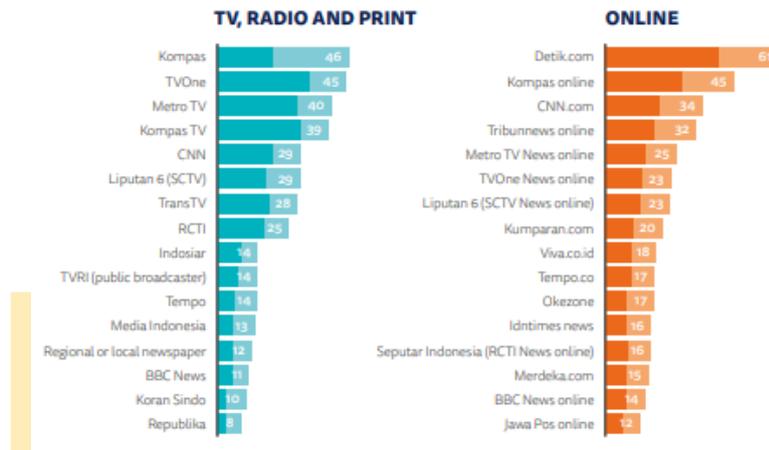
Gambar 1. 2 Pemberitaan Mengenai TikTok Shop Resmi Ditutup Pada Kompas.com

Sumber : Kompas.com

Berita selanjutnya yang disajikan oleh Kompas.com berisi tentang TikTok Shop telah resmi ditutup dan membahas kronologi peristiwa tersebut secara singkat serta wawancara dengan salah satu *affiliate* TikTok Shop terkait peristiwa tersebut.

Pertama kali diluncurkan sebagai Kompas Online pada tahun 1995, Kompas.com dianggap sebagai salah satu pelopor media online di Indonesia. Berbagai kategori berita, termasuk News, Tekno, Otomotif, Bola, Gaya Hidup, Money, Pendidikan, Travel, dan lainnya, tersedia di media web Kompas.com. Berita-berita yang disajikan diyakini akan membantu para pembacanya untuk menambah pengetahuan dan pemahaman (Kompas.com, 2023).

Berdasarkan data yang dilansir melalui Reuters Institute Digital News Report 2023, media online Kompas.com berada di urutan kedua dengan angka 45% orang yang membacanya. (Reuters Institute Digital News Report 2023, 2023) Selain itu Kompas.com, yang merupakan bagian dari PT Kompas Cyber Media, meraih gelar sebagai pemimpin industri telekomunikasi dan media Indonesia pada tahun 2022 di kategori media online dalam acara penghargaan Indonesia Industry Leadership (ILA) 2023 yang diselenggarakan oleh Indonesia Industry Outlook (IIO). (Yoga Sukmana & Elsa Catriana, 2022).



Gambar 1.3 Data Pembaca Media di Indonesia

Sumber : Digital News Report 2023

Kompas.com memiliki reputasi yang kuat sebagai salah satu sumber berita terkemuka di Indonesia. Kompas telah hadir di industri media dengan waktu yang cukup lama. Kompas.com pun dikenal oleh masyarakat karena penyajian beritanya yang akurat, mendalam dan telah memperoleh kepercayaan pembacanya. Kemudian, Kompas.com cenderung menyoroti berita-berita yang lebih mendalam dan terperinci dengan penekanan pada analisis dan konteks. Mereka seringkali menampilkan berita yang panjang dan laporan khusus yang memungkinkan para pembacanya memahami isi berita secara menyeluruh.

Selain itu, dalam portal web Kompas.com menawarkan berbagai macam konten, tidak hanya berita tetapi juga terdapat artikel opini, feature, dan konten-konten khusus lainnya seperti perjalanan dan gaya hidup. Hal tersebut membuat Kompas.com menjadi tujuan yang menarik bagi pembaca yang mencari informasi dan hiburan dalam berbagai bentuk.

Peneliti akan menganalisa teks yang diterbitkan oleh media online Kompas.com terkait ditutupnya fitur TikTok Shop di aplikasi TikTok periode 4 Oktober – 13 Oktober 2023 yang keseluruhannya berjumlah 46 berita. Kemudian, peneliti akan memilih 5 berita dari jumlah yang ada sesuai dengan kriteria pemilihan peneliti, yaitu berita yang dipublikasi pada 4 Oktober – 13 Oktober 2023 dan berita mengenai tanggapan penjual di TikTok Shop dan masyarakat, serta

membahas bagaimana tanggapan pemerintah terkait hal tersebut terhadap penjual TikTok Shop dan penjual di Tanah Abang.

Dalam penelitian ini digunakan metode Analisis Framing Zhongdang Pan & Gerald M. Kosicki. Pemberitaan penutupan TikTok Shop patut untuk diteliti karena berdampak pada peritel lain dan masyarakat serta menimbulkan berbagai opini, baik yang menguntungkan maupun yang tidak menguntungkan

Berikut ini adalah beberapa struktur model Zhongdang Pan & Gerald M. Kosicki yang akan diamati: Struktur skrip melihat bagaimana wartawan menyajikan suatu peristiwa; struktur tematik melihat bagaimana wartawan memasukkan gagasannya tentang peristiwa ke dalam narasi; sintaksis melihat bagaimana wartawan mengorganisasikan data; dan struktur retorik melihat bagaimana wartawan menekankan arti tertentu. (Sobur, 2016)

Berdasarkan komponen-komponen tersebut, peneliti akan melihat teks dengan judul Pemberitaan Ditutupnya Fitur TikTok Shop di Aplikasi TikTok pada Kompas.com (Analisis Framing Zhongdang Pan & Gerald M. Kosicki).

1.2 Rumusan Masalah

Rumusan masalah penelitian ini didasarkan pada latar belakang yang telah disebutkan di atas adalah bagaimana pemberitaan ditutupnya fitur TikTok Shop di Aplikasi TikTok pada Kompas.com (Analisis Framing Zhongdang Pan & Gerald M. Kosicki)?

1.3 Tujuan Penelitian

Untuk mengetahui bagaimana pemberitaan ditutupnya fitur TikTok Shop di aplikasi TikTok pada Kompas.com (Analisis Framing Zhongdang Pan & Gerald M. Kosicki).

1.4 Manfaat Penelitian

Peneliti mengharapkan untuk memberikan manfaat teoritis dan praktis bagi berbagai pihak yang membutuhkan mengenai tujuan penelitian di atas, yaitu :

1.4.1 Manfaat Teoritis

Menambah pengetahuan dan pemahaman bagi profesi komunikasi, khususnya di bidang jurnalistik, mengenai analisis *framing* terhadap konten berita yang ada di media online.

1.4.2 Manfaat Praktis

Hasil penelitian ini diharapkan dapat dijadikan pedoman bagi Peneliti selanjutnya yang ingin menggunakan analisis yang sama-yaitu model analisis framing Zhongdang Pan & Gerald M. Kosicki-dapat mengacu pada hasil penelitian ini untuk mengembangkan dan mendapatkan pemahaman yang lebih mendalam. Selain itu, penelitian ini juga diharapkan dapat berkontribusi untuk dijadikan bahan masukan bagi media Kompas.com.

1.5 Sistematika Penulisan

Untuk mempermudah penulisan, maka penelitian ini dibuat dan disusun berdasarkan pedoman struktur penulisan yang telah ditetapkan sehingga proposal penelitian dapat disajikan secara terstruktur dan sistematis.

BAB I PENDAHULUAN

Bab I berisi gambaran awal penelitian yang mencakup konteks, rumusan masalah, tujuan, manfaat, dan susunan penulisan

BAB II KAJIAN PUSTAKA

Bab II berisi tinjauan pustaka sesuai dengan penelitian yang diteliti. Bagian ini memuat penjelasan mengenai penelitian sebelumnya yang terkait.lalu kajian pustaka yang berisikan teori-teori pendukung dan teori mengenai analisis framing model Zhongdang Pan & Gerald M. Kosicki serta kerangka pemikiran yang menjabarkan pola pemikiran yang dilakukan peneliti.

BAB III METODOLOGI PENELITIAN

Pada bab IV akan ditemukan metodologi penelitian yang menggunakan pendekatan kualitatif. Pendekatan analisis framing

model Zhongdang Pan & Gerald M. Kosicki digunakan dalam penelitian ini untuk melihat bagaimana berita dan makna teks disajikan. Bab ini mencakup paradigma penelitian, metodologi penelitian, teknik pengumpulan, pengolahan, dan analisis data, serta jadwal dan tempat di mana penelitian dilaksanakan.

BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

Dalam bab ini telah dilakukan analisis berita, dan hasilnya dipaparkan dalam bab ini. Perdebatan yang ada di dalamnya merupakan hasil dari penelitian karena penelitian ini mendalami pemberitaan fitur TikTok Shop pada penutupan Tiktok.

BAB V KESIMPULAN DAN SARAN

Pada bab V akan disajikan kesimpulan dan saran sebagai rekomendasi peneliti berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan yang telah dipaparkan sebelumnya.

