

BUKAN HANYA SITUS BERITA: IKHTISAR DAN TREN JURNALISME *ONLINE* INDONESIA

TITIS NURWULAN SUCIATI & RATNA PUSPITA

Fakultas Ilmu Komunikasi, Universitas Bhayangkara Jakarta Raya
Jl. Raya Perjuangan No.81, Marga Mulya, Bekasi Utara, Kota Bekasi, Jawa Barat
No. Telp./HP: (021) 88955882, 081382481879
E-mail: titis.nurwulan@dsn.ubharajaya.ac.id / ratna.puspita@dsn.ubharajaya.ac.id

ABSTRAK

Jurnalisme *online* telah mengalami evolusi sejak hampir dua dekade terakhir sehingga menghasilkan berbagai produk jurnalistik yang menggabungkan budaya jurnalisme cetak dan teknologi media baru. Penelitian ini menyelidiki tren evolusi dalam pencarian dan penyajian berita *online* di Indonesia dengan mempertimbangkan dinamika konvergensi yang ditimbulkan oleh kehadiran internet. Jurnalisme *online* di Indonesia menyajikan berbagai model penyajian berita dengan memanfaatkan *web* atau situs atau laman dan media sosial. Perkembangan jurnalisme *online* di Indonesia tidak hanya ditunjukkan melalui kehadiran situs-situs berita, melainkan juga keberadaan laman pembaca umpan atau *aggregator* berita. Perubahan praktik jurnalisme *online* di Indonesia ini memberikan tantangan bagi dosen yang mengajarkan jurnalisme secara khusus dan ilmu komunikasi secara umum. Penelitian ini bertujuan menjelaskan konsep jurnalisme *online* yang berlaku di Indonesia. Dalam penelitian ini, peneliti akan mengumpulkan studi-studi terdahulu mengenai jurnalisme *online* di Indonesia untuk kemudian menggambarkan permasalahan yang muncul pada jurnalisme *online* di Indonesia, metode yang digunakan untuk menelitinya, dan teknik pengumpulan data. Peneliti berharap penelitian ini menjadi tahap awal penelitian tentang jurnalisme *online* di Indonesia sehingga nantinya ada modul pengajaran bagi mahasiswa ilmu komunikasi secara umum dan ilmu jurnalistik secara khusus.

Kata Kunci: Jurnalisme, jurnalisme *online*, media baru.

ABSTRACT

Online journalism has evolved since nearly the last two decades to produce a variety of journalistic products that combine the culture of print journalism and new media technology. This research investigates the evolutionary trends in searching and presenting online news in Indonesia by considering the dynamics of convergence caused by the presence of the internet. Online journalism in Indonesia presents various models of presenting news by utilizing the web or website or pages and social media. The development of online journalism in Indonesia is not only demonstrated through the presence of news sites, but also the existence of feed reader pages or news aggregators. This change in online journalism practices in Indonesia poses challenges for lecturers who teach journalism specifically and communication science in general. This study aims to explain the concept of online journalism that applies in Indonesia. In this study, researchers will gather previous studies on online journalism in Indonesia to then describe the problems that arise in online journalism in Indonesia, the methods used to examine them, and data collection techniques. Researchers hope this research will be the initial stage of research on online journalism in Indonesia so that later there will be teaching modules for students of communication science in general and journalism in particular.

CoverAge:
*Journal of Strategic
Communication*
Vol. 9, No. 2, Hal. 20-30
Maret 2019

Fakultas Ilmu Komunikasi
Universitas Pancasila

Keywords: Journalism, online journalism, new media.

PENDAHULUAN

Jurnalisme sedang mengalami transformasi mendasar, barangkali sama mendasarnya sejak munculnya *Penny Press* di pertengahan abad kesembilan belas. Pada senja abad ke-21, muncul bentuk baru jurnalisme yang memiliki bentuk dan sifat yang berbeda dengan sebelumnya yakni; aspek ada di mana-mana, akses informasi global, pelaporan secara cepat dan seketika, interaktivitas, konten multimedia dan kustomisasi konten secara ekstrim. Peralihan sifat jurnalisme ini, di samping memberikan angin segar bagi perubahan jurnalisme yang lebih baik karena memungkinkan pelibatan audiens, namun di saat yang sama menghadirkan tantangan dan ancaman terhadap nilai-nilai dan standar yang jurnalisme.

Penyebab transformasi jurnalisme secara mencolok ini sebetulnya ada beragam faktor, namun faktor kehadiran internet yang banyak dituding sebagai biang terbesar perubahan tersebut. Alih-alih faktor kekuatan ekonomi, nilai/norma, aturan dan budaya yang didorong oleh perubahan teknologi, bergabung untuk membawa perubahan besar dalam sifat jurnalisme di era kontemporer ini.

Jhon P Pavlik (2001) berpendapat, media baru mengubah jurnalisme dalam empat cara. Pertama, sifat konten berita berubah secara tak terelakkan sebagai akibat dari munculnya teknologi media baru. Kedua, cara wartawan melakukan pekerjaannya di era digital terutama terkait kebutuhan dan penggunaan perlengkapan peliputan. Ketiga, struktur ruang redaksi dan industri berita sedang mengalami transformasi mendasar. Dan, keempat, media baru membentuk kembali seperti apa dan bagaimana hubungan antara unsur di dalam organisasi berita, jurnalis, dan audiens mereka, kembali termasuk narasumber, pesaing, pengiklan, dan pemerintah.

Menurut Pavlik, perkembangan di media baru memunculkan perkembangan teknik bercerita/*story telling* baru yang melibatkan audiens dalam pelaporan berita yang lebih kontekstual. Bentuk berita baru ini mencakup berbagai modalitas komunikasi yang lebih luas (mis., Teks, gambar, video, grafik); hypermedia (melibatkan tautan); kustomisasi luar biasa; dan keterlibatan audiens yang meningkat. Selain itu, berita menjadi jauh lebih mengalir. Di dunia lama media analog, sebuah cerita biasanya diterbitkan oleh surat kabar atau diliput pada berita televisi malam dan kemudian

mungkin diperbarui pada hari berikutnya. Saat ini, berita terus menerus berubah. Pembaruan dilakukan terus menerus. Saat mengunjungi situs Web, salah satu hal pertama yang dilihat pemirsa adalah ketika situs terakhir diperbarui dan, jika ini belum terjadi baru-baru ini, ia pindah ke situs lain. Robot perangkat lunak bahkan secara otomatis memperingatkan "*netizens*" (warga internet) ketika situs berita atau berita favorit telah diperbarui."

Bagian kedua, bagaimana media baru mengubah karya jurnalis. Peralatan digital untuk pengumpulan berita, komunikasi, pengeditan, dan produksi telah semakin *portabel*, murah, dan kuat. Peralatan canggih ini membantu jurnalis menemukan sumber-sumber yang beragam dan dapat diandalkan, memeriksa fakta, dan memenuhi tenggat waktu. Bagian ketiga, implikasi struktural yang baru media. Ruang berita *online* cenderung semakin terdesentralisasi dan fleksibel. Staf redaksi jauh lebih mungkin untuk memasukkan sejumlah besar kontributor. Meskipun ini memberi ruang berita *online* desain yang mudah beradaptasi, namun kenyataannya itu persoalan etis dan idealism nilai-nilai berita tradisional mulai kabur contohnya batas antara iklan dan editorial

Studi atau kajian tentang bagaimana perubahan atau evolusi jurnalisme pasca lahirnya internet sudah mendapat banyak perhatian dari penulis dan peneliti 20 tahun ini. Perkembangan pesat dalam teknologi media baru dipandang sebagai kekuatan kuat yang bahkan mungkin mengubah wajah jurnalisme di masa depan. Oleh karena itu jurnalisme *online* disambut dengan antusias sebagai "revolusi" (Boldt, 1996; Stephens, 1998), sebagai "masa depan jurnalisme" (Neuberger et al., 1998; Newhagen dan Levy, 1998; Pavlik, 1999; Singer, 1997) , atau "jurnalisme baru" (Quittner, 1995).

Di Indonesia, jurnalisme di media baru atau dikenal sebagai jurnalisme daring berkembang setelah kemunculan Detik.com pada 1998. Detik.com menandai jurnalisme yang disiarkan melalui medium berbasis internet dengan penyajian cepat. Kehadiran detik.com sebagai pelopor jurnalisme *online* di Indonesia dilandasi oleh momen perubahan sosial politik pada 1998. Momen ini menggerakkan salah seorang pendiri detik.com, yakni Budiono Darsono, untuk membuat sebuah media baru yang tidak mudah dibredel dan mampu memberikan informasi secepat mungkin tanpa harus menunggu dicetak besok pagi (Margianto dan Syaefullah, 2004).

Tagline Detik.com, yakni Kalau Bisa Detik Ini, Kenapa Harus Tunggu Besok, menunjukkan Detik.com mengusung jurnalisme dengan gaya *running news* (APJII, 2016, diunduh pada 24 Februari 2019 pukul 14.26 WIB). Dalam format *running news* ini, *Detik.com* menyajikan berita dengan cara *breaking news* atau berita sela, berita pendek atau ringkas, dan berkelanjutan atau *stripping*. Gaya penyajian ini bertahan selama beberapa tahun hingga kemunculan Vivanews pada 2008. Vivanews yang kini berubah nama menjadi Viva.co.id menyajikan berita ringkas dan berkelanjutan, tetapi juga menambahkan konteks pada setiap berita. Jurnalisme *online* terus berkembang dengan kehadiran sejumlah media baru seperti Katadata (2012) dan Tirto (2016), yang mengandalkan tulisan panjang, dan visualisasi melalui infografis dan desain *web*.

Tirto.id memilih melaju di rel jurnalisme presisi (*precision journalism*). Selain memanfaatkan data berwujud foto, kutipan, rekaman peristiwa, serta data statistik yang ditampilkan baik secara langsung maupun lewat infografik dan video infografik, produk-produk Tirto dilengkapi pula dengan hasil analisis ratusan media massa dari seluruh Indonesia yang disarikan ke dalam bentuk *tiMeter* (pengukuran sentimen) atas tokoh, lembaga, serta kasus yang dibicarakan dalam tiap-tiap laporan mendalam (Tirto, 2016).

Perkembangan jurnalisme *online* di Indonesia tidak hanya ditunjukkan melalui kehadiran situs-situs berita, melainkan juga keberadaan laman pembaca umpam atau *aggregator* berita seperti Line Today, dan UC News. Kehadiran mereka membuat peta persaingan berita tidak lagi didominasi oleh perusahaan media massa yang dapat memproduksi berita. Situs *aggregator* bekerja sama dengan sejumlah situs berita untuk membagikan dan menyebarluaskan berita kepada lebih banyak khalayak.

Hall (2010:32) menjelaskan posisi penting *aggregator* dalam praktik jurnalisme *online* karena bertindak sebagai situs indeks yang menyebarluaskan berita *online* atau daring. Halaman situs *aggregator* memang didikte oleh situs berita selaku penyedia konten, tetapi memiliki peran editorial atau menyajikan pandangan mengenai isu terkini. Situs *aggregator* memberikan serangkaian tautan atau *links* mengenai sebuah peristiwa sehingga memberikan pandangan menyeluruh mengenai kejadian tersebut dan menarik pembaca.

Selain itu, ada pula kemunculan situs opini seperti *Magdalene* dan *Mojok*. Penulis menilai kemunculan situs opini ini penting dalam perkembangan jurnalisme *online* di Indonesia. Sebab, situs-situs opini ini mengembangkan penyajian opini dalam surat kabar atau media lama. *Broersma* (dalam Rugar, 2010:22-25) menjelaskan tradisi awal jurnalisme yang diberlakukan oleh jurnalisme Anglo-American memang ditentukan oleh objektivitas, keberimbangan, imparialitas, dan pemisahan antara fakta dan opini. Sementara surat kabar Belanda sebelum Perang Dunia ke-II memilih mengedukasi pembaca mereka dengan cara mengekspresikan dan merefleksikan pendapat terkait politik dan opini-opini lainnya. *Broersma* menyatakan melaporkan berita dianggap kurang penting dari memberikan pandangan atau penilaian terhadap dunia sosial dari sudut pandang politik dan sosial-budaya. Jurnalisme dengan cara ini mencerminkan pelaporan membutuhkan opini dan analisis.

Perubahan lainnya dalam praktik jurnalisme *online* terjadi karena adanya media sosial. Pemantauan prariset menunjukan sejumlah media *online* seperti *opini.id* dan kumparan menjadikan media sosial seperti *Twitter*, *Instagram*, dan *Facebook* sebagai medium penyebarluasan berita. Penyajian berita pada media sosial tersebut dilakukan dalam format foto, infografis, video pendek berdurasi satu sampai enam menit, videografis, dan *live streaming*.

Perubahan praktik jurnalisme *online* di Indonesia ini memberikan tantangan bagi dosen yang mengajarkan jurnalisme secara khusus dan ilmu komunikasi secara umum. Penulis berpendapat perkembangan teknologi komunikasi massa sekarang membuat jurnalisme *online* berada dalam ketidakpastian karena industri yang selalu berubah. Untuk itu, penulis menilai sangat penting untuk menelaah kembali konsep jurnalisme *online* yang berlaku di Indonesia.

Riset tentang jurnalisme pada era media baru atau jurnalisme *online* ini pernah dilakukan oleh AJI yang dipublikasikan pada 2004 silam. Dalam riset tersebut, AJI menyoroti tentang praktik jurnalisme *online* yang memfokuskan pada meraih pembaca atau klik, keuntungan, dan dampaknya pada penerapan etika dalam jurnalisme *online* di Indonesia. Sementara itu, Lintang Muliawanti dalam penelitian berjudul "Jurnalisme Era Digital: Digitalisasi Jurnalisme

dan Profesionalitas Jurnalisme *Online*" (2018) memfokuskan pada profesionalisme jurnalis di tengah tuntutan untuk mengikuti kondisi pembaca di dunia maya, yakni informasi dituntut untuk serba cepat. Pada era jurnalisme *online*, jurnalis dituntut memiliki keterampilan lebih dibandingkan jurnalis konvensional seperti keterampilan dalam menyediakan konten visual, penulisan, cepat menyajikan

Perubahan praktik jurnalisme *online* di Indonesia ini memberikan tantangan bagi dosen yang mengajarkan jurnalisme secara khusus dan ilmu komunikasi secara umum. Penulis berpendapat perkembangan teknologi komunikasi massa sekarang membuat jurnalisme *online* berada dalam ketidakpastian karena industri yang selalu berubah. Untuk itu, penulis menilai sangat penting untuk menelaah kembali konsep jurnalisme *online* yang berlaku di Indonesia. Berdasarkan latar belakang penelitian di atas, penelitian ini ingin mempertanyakan seperti apa definisi dan ruang lingkup jurnalisme *online*, termasuk di dalamnya bagaimana tren Evolusi dan dalam Penyajian dan dan penyampaian Berita *Online* di Indonesia pada Era Digital seperti saat ini.

Penelitian ini bertujuan menjelaskan konsep jurnalisme *online* yang berlaku di Indonesia. Dalam riset ini, penulis ingin mengajukan argumentasi bahwa jurnalisme *online* di Indonesia bukan hanya jurnalisme yang disajikan melalui situs berita. Jurnalisme *online* juga disajikan melalui situs pengumpulan atau *aggregator*, situs opini, dan media sosial.

TINJAUAN PUSTAKA

Jurnalisme adalah pengumpulan, penulisan, penyuntingan, dan penyajian berita atau artikel berita di surat kabar, majalah, radio, dan televisi yang memiliki tujuan untuk mempromosikan dan meningkatkan kualitas kehidupan masyarakat (Berkman & Shumway, 2003:xxi; Rosen dalam Haryanto, 2014:140).

Broersma (dalam Verica Ruper, 2010:22-25) menjelaskan bahwa jurnalisme merupakan laporan yang mengandung kebenaran. Setiap hari jurnalisme meyakinkan publik bahwa laporan yang mereka siarkan benar-benar terjadi dalam kehidupan 'nyata'. Keyakinan atau pembuktian tersebut dilakukan melalui sejumlah cara spesifik seperti wawancara yang disusun berdasarkan

pertanyaan dan jawaban, laporan yang merepresentasikan mimesis (peniruan) dari suatu percakapan dan kronologi.

Deuze (2005) menjelaskan jurnalisme sebagai praktik *storytelling* atau bercerita dengan aturan, norma, dan nilai-nilai tertentu. Deuze pun menyebutkan lima nilai yang harus diusung oleh praktik jurnalisme, yakni pelayanan publik (*public service*), objektivitas, otonomi, kesegeraan (*immediacy*), dan etika. Deuze menjelaskan layanan publik terkait dengan memberitakan kepada publik mengenai berbagai hal yang perlu diketahui oleh masyarakat. Objektivitas merujuk pada jarak profesional dengan yang diberitakan. Objektivitas juga berarti mendapatkan cerita dari dua sisi. Otonomi berarti jurnalis harus memiliki kebebasan ketika melakukan peliputan dan pelaporan berita. Kesegeraan (*immediacy*) merupakan karakteristik jurnalisme yang memberitakan atau memberikan informasi terbaru. Terakhir, etika, yakni nilai-nilai dan prinsip yang digunakan oleh jurnalis ketika meliput, melaporkan, dan menayangkan berita sehingga dapat menjadi penilaian kualitas berita.

Penulis memahami bahwa jurnalisme merupakan praktik yang meliputi pengumpulan dan penyajian fakta melalui media massa. Penyajian fakta ini dilakukan melalui format wawancara tanya-jawab, atau laporan yang memuat kronologi peristiwa dengan jalinan pernyataan-pernyataan narasumber. Dalam penyajian fakta tersebut, jurnalis harus tetap menunjung tinggi nilai-nilai seperti pelayanan publik (*public service*), objektivitas, otonomi, kesegeraan (*immediacy*), dan etika.

Jurnalisme *Online*

Jurnalisme *online* menunjukkan praktik jurnalisme di internet, atau disebut juga dengan sebagai media baru dan media digital, yang mulai berkembang pada medio 1990an (Berkman & Shumway, 2003:xx & 221; Haryanto, 2014:3). Deuze (2003) menyatakan jurnalisme *online* merupakan jurnalisme yang diproduksi secara eksklusif untuk *world wide web* sehingga secara fungsional berbeda dari jurnalisme jenis lain.

Muliawanti (2018) menerangkan jurnalisme *online* muncul karena pesatnya perkembangan teknologi yang didukung oleh penjualan gawai seperti telepon pintar. Media berita konvensional memanfaatkan perkembangan teknologi ini dengan merambah ke *online* dalam berbagai bentuk (*multiplatform*). Praktik jurnalisme

online ini tidak hanya melalui situs berita (*web*), melainkan juga media sosial. Proses pengumpulan berita, pembuatan berita, dan penyebaran berita di Indonesia telah melibatkan media sosial (Muliawanti, 2018).

Penulis memahami perkembangan teknologi yang didukung oleh penggunaan gawai seperti telepon pintar oleh masyarakat mendorong jurnalisme harus merambah ke internet sebagai media baru yang menawarkan digitalisasi. Praktik pengumpulan, penyuntingan, dan penyajian fakta melalui internet ini dilakukan melalui situs berita (*web*), dan media sosial.

Karakteristik jurnalisme *online*, yakni memiliki jantung berita dalam bentuk pesan teks, kemampuan multimedia serta *multiplatform*, memperbaharui berita dengan cepat atau *up to date*, dan interaktivitas (Craig, 2005:8; Katz dalam Craig, 2005:25-26, Muliawanti, 2018).

Foust (dalam Muliawanti, 2018) mencatat tujuh potensi atau kekuatan jurnalisme *online* sebagai sumber informasi utama bagi masyarakat, yakni (1) audiens leluasa dalam memilih berita (*audience control*); (2) setiap berita yang disampaikan dapat berdiri sendiri (*nonlienerarity*); (3) berita tersimpan dan bisa diakses kembali dengan mudah oleh masyarakat (*storage and retrieval*); (4) jumlah berita yang disampaikan menjadi lebih lengkap (*unlimited space*), (5) informasi dapat disampaikan secara cepat dan langsung kepada masyarakat (*immediacy*), (6) redaksi bisa menyertakan teks, suara, gambar animasi, foto, video dan komponen lainnya di dalam berita yang akan diterima oleh masyarakat (*multimedia capability*), (7) memungkinkan adanya interaksi (*interactivity*).

Di sisi lain, jurnalisme *online* yang melibatkan proses pengumpulan dan penyajian berita di media sosial juga memiliki kekurangan, yakni jurnalisme judul dan *chungking jurnalisme*. Jurnalisme judul ini menjadikan judul sebagai "jualan utama" untuk mendatangkan pembaca yang kemudian memunculkan istilah lain, yakni jurnalisme tautan (Muliawanti, 2018).

Penulis memahami karakteristik jurnalisme *online*, yakni multimedia, kesegeraan atau *up to date* atau *immediacy*, interaktivitas, *audience control*, *nonlinearity*, akses yang mudah pada berita-berita yang dipublikasikan pada hari-hari sebelumnya (*storage and retrieval*), ruang publikasi yang tidak terbatas, dan jurnalisme yang memiliki

daya tarik di judul, *link* atau tautan yang mudah dibagikan.

Menurut Deuze (2003), karakteristik utama jurnalisme *online* yang membedakan dari praktik jurnalisme lainnya, yaitu hipertekstualitas, multimedia, dan interaktivitas. Hipertekstualitas, yakni teks yang saling terhubung melalui tautan-tautan. Tautan ini dapat merujuk secara internal (ke teks lain dalam domain teks, 'di tempat') atau secara eksternal (ke teks yang berada di tempat lain di internet, 'di luar'). Tautan eksternal bisa jadi memunculkan masalah etika dalam jurnalisme *online* karena terkait dengan kepemilikan dan hak cipta.

Multimedia merujuk pada dua hal. Pertama, perusahaan-perusahaan media mengintegrasikan ruang berita tradisional mereka dengan *web* atau media baru. Ini termasuk menunjukkan adanya konvergensi media. Sementara hal kedua, yakni kombinasi informasi yang ditawarkan dalam format yang berbeda (Deuze, 2003).

Interaktivitas sebenarnya bukan istilah atau konsep muncul hanya pada era internet, melainkan sudah ada sejak media lama. Akan tetapi, interaktivitas pada media lama muncul pada audiens dengan karakteristik pasif atau menerima tayangan media. Sebaliknya, pada jurnalisme *online* ada komunikasi partisipatif dan kontrol atas konten dari pengguna internet sehingga memunculkan mekanisme umpan balik yang rumit atau lebih dari komunikasi dua arah atau ganda (Deuze, 2003).

Deuze (2003) menjelaskan interaktivitas jurnalisme *online* mengacu pada karakteristik internet yang memfasilitas koneksi atau hubungan, memungkinkan orang-orang tidak hanya (pasif) menerima informasi, melainkan juga menyebarluaskannya. Tiga jenis opsi interaktivitas jurnalisme *online*, yakni

1. Interaktivitas navigasi: pengguna diizinkan untuk menavigasi dengan cara terstruktur melalui konten situs (melalui tombol 'Next Page' dan 'Back to Top').
2. Interaktivitas fungsional: pengguna dapat berpartisipasi sampai batas tertentu dalam proses produksi situs berita dengan berinteraksi dengan pengguna lain atau produsen halaman atau situs tertentu.
3. Interaktivitas adaptif: setiap tindakan pengguna memiliki konsekuensi untuk konten situs karena pemrograman situs menyesuaikan diri dengan perilaku berselancar dari setiap

pengguna individu dan ‘mengingat’ preferensi pengguna.

Berdasarkan karakteristik tersebut, ada beragam bentuk atau jenis jurnalisme *online*. Deuze (2003) menyebutkan empat jenis jurnalisme *online*, yakni situs berita arus utama (*mainstream news sites*), situs berbagi dan berdiskusi (*share and discussion site*), situs meta dan comment (*meta-and comment site*), dan situs indeks dan kategori (*index and category sites*).

Deuze (2003) menjelaskan situs berita arus utama menawarkan pilihan konten editorial dan komunikasi partisipatif yang disaring atau dimoderasi. Situs berita ini tidak berbeda jauh dari jurnalisme cetak atau penyiaran yang mengandalkan laporan-laporan jurnalistik yang memiliki nilai berita dan hubungan dengan khalayak. Situs berita arus utama sangat khas karena dapat dengan mudah dicirikan dari situs seperti bot pencarian. Sebagian besar surat kabar *online* masuk dalam jenis jurnalisme *online* ini. Contoh dari jenis situs berita adalah situs CNN, BBC, dan MSNBC.

Sementara situs indeks dan kategori tidak berada dalam organisasi media arus utama, melainkan kerap dikaitkan dengan mesin pencari (seperti Yahoo), perusahaan riset pemasaran (seperti Moreover yang memberikan layanan produk bisnis intelejen, media monitoring, dan agregasi berita atau *news aggregation*). Situs indeks dan kategori ini umumnya tidak menawarkan banyak konten editorial ‘asli’, tetapi menawarkan tautan ke situs berita yang ada di tempat lain di *web*. Tautan tersebut biasanya sudah dikelompokkan dalam kategori tertentu oleh tim editorial (Deuze, 2003).

Deuze (2003) menerangkan jenis ketiga, yakni situs meta- and komentar, merupakan situs yang berisi tentang media berita dan isu-isu media secara umum. Situs demikian terkadang bertujuan sebagai pemantau media (*media watchdogs*), terkadang juga bertujuan sebagai perluasan dari situs indeks dan kategori. “Jurnalisme mengenai jurnalisme” ini memiliki karakteristik sebagai kritikus media massa atau sebagai media alternatif. Jurnalisme *online* jenis ini mengumpulkan, membuat catatan, dan mengomentari sumber-sumber berita arus utama dengan secara terbuka memfokuskan pada isu-isu dan sudut pandang yang menurut mereka belum diliput. Situs-situs ini juga memungkinkan individu untuk mengunggah dan menyumbangkan

cerita mereka atau memiliki penerbitan yang terbuka sehingga dapat dianggap bertindak sebagai metasisitas yang mengutamakan budaya partisipasi.

Terkait situs berbagi dan berdiskusi, Deuze (2003) menjelaskan alasan teknologi media baru seperti internet berhasil adalah karena kemampuan memfasilitasi kebutuhan orang untuk terhubung dengan orang lain di seluruh dunia, tanpa hambatan, dalam waktu yang saat itu juga (*realtime*). Jurnalisme *online* memanfaatkan potensi internet ini karena ia memfasilitasi *platform* untuk pertukaran ide, cerita dan sebagainya, sering berpusat di sekitar tema tertentu seperti aktivisme anti globalisasi di seluruh dunia. Beberapa situs telah memilih untuk secara komersial mengeksploitasi permintaan publik untuk konektivitas ini. Deuze mengutip Lasica menjelaskan jenis jurnalisme *online* ini juga telah dideskripsikan sebagai ‘grup weblog’, yang menawarkan akun-akun blog pribadi tentang pengalaman mereka di internet.

METODE

Penulis akan melakukan kajian literatur dengan *systematic review* dari penelitian-penelitian sebelumnya terkait jurnalisme *online* di Indonesia. Dempster (dalam Hanley & Cutts, 2013) menjelaskan *systematic review* sebagai tinjauan menyeluruh terhadap literatur berbeda mengenai sebuah topik yang berbeda dengan tinjauan literatur tradisional. *Systematic review* dilakukan secara metodis (atau sistematis), sesuai dengan protokol yang ditentukan sebelumnya untuk meminimalkan bias, dengan tujuan mensintesis informasi yang diambil.

Neely dan rekan (2010) menjelaskan tinjauan sistematis sebagai proses mengidentifikasi dan mengevaluasi sejumlah kajian dengan metodologi yang jelas mengenai sebuah topik. Tinjauan sistematis atau *systematic review* bertujuan menggambarkan metode, mengumpulkan data, dan melakukan analisis. *Systematic review* merupakan kebalikan dari tinjauan naratif yang kerap memunculkan bias. Tujuan dari tinjauan sistematis adalah untuk menyajikan tinjauan transparan dan tidak bias atas informasi yang tersedia.

Dalam penelitian ini, penulis mengumpulkan studi-studi terdahulu mengenai jurnalisme *online* di Indonesia untuk kemudian menggambarkan tren yang muncul pada jurnalisme *online* di Indonesia, metode yang digunakan untuk menelitinya,

dan teknik pengumpulan data. Kemudian, data-data tersebut dalam bentuk data kuantitatif akan dianalisis untuk menunjukkan konsep jurnalisme *online* yang berlaku di Indonesia.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Dalam penelitian yang menggunakan metode tinjauan literatur sistematis ini, data yang digunakan dapat dibagi menjadi dua. Pertama, artikel atau karya ilmiah yang memuat jurnalisme *online* sebagai pembahasan utamanya; kedua, artikel-artikel lepas non-saintifik yang membahas jurnalisme *online* dan berita *online*.

Data pertama penulis kumpulkan dari hasil pencarian melalui situs repositori (penyimpanan) jurnal, yakni garuda.ristekdikti.ac.id dan neliti.com, dengan alasan bahwa website tersebut memungkinkan hasil pencarian artikel dari beragam jurnal, tidak dibatasi oleh penerbitannya. Pada situs mesin pencari Google penulis memasukkan kata kunci "jurnalisme *online*, pdf", "berita *online*, pdf", dan "media *online*, pdf" dengan rentang dari tahun 2009 hingga 2019. Kata-kata kunci tersebut dipilih berdasarkan pada kata kunci yang ditarik dari pertanyaan-pertanyaan penelitian. Hasil yang didapat adalah total 105 artikel. Jumlah tersebut dapat disebut sebagai populasi dari penelitian ini. Langkah selanjutnya, penulis membangun kerangka sampel dari total populasi tersebut. Penulis menentukan sampel penelitian berdasarkan tujuan penelitian, yakni jurnalisme *online* melalui situs berita, situs pengumpulan atau *aggregator*, situs opini, dan media sosial. Selain itu, penulis memilih sampel berdasarkan elemen yang terlibat dalam produksi berita, yakni organisasi media, jurnalis, dan berita. Penulis melakukan analisis terhadap 55 jurnal penelitian mengenai jurnalisme *online* di Indonesia untuk memetakan kondisi dan tantangan jurnalisme *online* di Indonesia sekarang ini. Jurnal-jurnal tersebut merupakan jurnal yang tersedia secara terbuka di internet, khususnya yang tersedia melalui repositori ilmiah seperti garuda.ristekdikti.go.id dan neliti.com.

Dari 55 jurnal tersebut, penulis mencermati bahwa subyek penelitian pada penelitian jurnalisme *online* tidak hanya terkait situs berita atau portal berita. Situs berita memang menjadi subyek penelitian paling banyak, yakni 43 penelitian. Namun, medium atau *platform* lain di internet juga menjadi subyek penelitian, yakni media sosial (empat penelitian), situs agregator (tiga penelitian)

baik yang mendapatkan konten berita dengan cara bekerja sama dengan situs berita seperti *Line Today* maupun yang mendapatkan konten berita dengan cara ilegal, situs opini seperti *Magdalene* dan situs-situs Islam, dan media alternatif *Good News From Indonesia* (GNFI) serta media pemerintah seperti *Infopublik* yang dikelola oleh Kementerian Komunikasi dan Informatika (Kemenkominfo).

Tabel 1.
Subyek Penelitian Berdasar Jenis Platform Media Online

NO	JENIS PLATFORM	JUMLAH	PERSENTASE
1	Situs Berita	43	78,2%
2	Situs Opini	2	3,63%
3	Situs Agregator	3	5,45%
4	Media Alternatif/ Media pemerintah	2	3,63%
5	Media sosial	4	7,27%
6	Televisi <i>streaming</i>	1	1,82
SUM		55	

Variasi subyek penelitian ini menunjukkan perkembangan jurnalisme *online* atau jurnalisme pada era digital. Praktik jurnalisme *online* atau jurnalisme pada media baru yang mengandalkan media baru bukan hanya situs berita, melainkan juga melibatkan *platform* lain seperti situs opini yang merupakan, situs indeks atau situs agregator, media sosial, dan televisi *streaming*.

Televisi *streaming* merupakan bentuk televisi pada era digital. Keberadaan internet memudahkan organisasi media lama yang memasuki bisnis internet untuk menjangkau lebih banyak khalayak. Selain itu, penyimpanan di awan membuat tayangan-tayangan televisi di internet bisa ditonton oleh khalayak kapan saja.

Media sosial bagi organisasi media massa juga awalnya berfungsi untuk medium promosi berita. Namun, perlahan media sosial menjadi medium menyampaikan berita pada era digital. Seperti halnya pada situs berita, media sosial yang digunakan untuk menyampaikan berita sesuai dengan karakteristiknya juga harus mengedepankan kredibilitas.

Platform lain yang juga berfungsi untuk mengamplifikasi penyebaran berita, yakni situs agregator. Situs agregator atau situs indeks atau pembaca umpan merupakan layanan pengumpulan berita yang bertujuan memudahkan

pengguna internet mencari dan membaca berita. Situs agregator atau situs indeks seperti Line Today bekerja sama dengan sejumlah situs berita resmi untuk menyebarkan beritanya. Kendati demikian, ada situs-situs agregator yang beroperasi ilegal atau tanpa dan kerja sama dengan situs berita resmi. Situs agregator ilegal ini mengambil berita dari situs berita kemudian mengunggah di lamannya. Keberadaan situs agregator ilegal ini mendatangkan masalah etika dan hukum.

Tantangan lain bagi jurnalisme *online* yakni, situs opini. Keberadaan situs opini merupakan pengembangan dari kolom opini di media cetak. Situs berita juga memiliki kanal khusus yang menyajikan opini dari redaksi maupun dari luar redaksi. Namun, layanan informasi utama pada situs berita merupakan berita atau informasi yang mengandalkan pada fakta. Situs opini seperti Magdalene menyajikan pendapat dari masyarakat yang ingin mengekspresikan pendapatnya mengenai perempuan. Sebuah tulisan yang tayang di Magdalene dapat mengundang tulisan lain, baik yang setuju maupun tidak setuju. Magdalene pun menjadi situs advokasi perempuan.

Di sisi lain, keberadaan situs opini juga dapat memunculkan fenomena disinformasi di internet. Kondisi ini terlihat dari keberadaan situs-situs Islam yang menjadi corong propaganda sehingga adanya situs-situs yang mengandalkan opini, persepsi, dan pandangan ini menjadi tantangan bagi jurnalisme yang mengedepankan pada prinsip verifikasi. Jurnalisme *online* pun kemudian melakukan cek fakta dan melakukan klarifikasi informasi yang menjadi perbincangan warga di internet.

Platform yang dapat menjadi tantangan bagi jurnalisme *online*, yakni situs-situs yang mengemas informasi dalam bentuk berita atau produk jurnalistik tetapi berfungsi sebagai *branding* (*brand journalism*) seperti *Good News From Indonesia* (GNFI) atau situs pemerintah. Khusus situs yang dikelola oleh pemerintah, jurnalis dapat menggunakan informasi yang diunggah dalam situs tersebut karena termasuk dalam produk hubungan masyarakat pemerintah. Akan tetapi, pengutipan situs yang dikelola pemerintah tanpa disertai sikap kritis dan skeptis akan membuat jurnalisme *online* sekadar corong pemerintah.

Penulis juga mencermati unit analisis yang dilakukan dalam 55 penelitian terkait jurnalisme *online*. Penelitian di Indonesia terkait jurnalisme *online* paling banyak memfokuskan pada isi pesan, yakni berita. Ada 34 dari 55 penelitian atau sebesar

61,81 persen yang menganalisis berita. Meski media massa sebagai organisasi yang memproduksi berita terus mengalami perubahan pada era digital, penelitian yang memfokuskan pada media massa hanya sebanyak delapan penelitian. Disusul, penelitian terkait khalayak jurnalisme *online* (enam penelitian), industri jurnalisme *online* (empat penelitian), dan jurnalis *online* (tiga penelitian).

Tabel 2.
Unit Analisis Penelitian Jurnalisme *Online*

NO	UNIT ANALISIS	JUMLAH	PERSENTASE
1	Industri jurnalisme <i>online</i>	4	7,27%
2	Berita	34	61,82%
3	Organisasi jurnalisme <i>online</i>	8	14,55%
4	Jurnalis	3	5,46%
5	Khalayak	6	10,9%
SUM		55	

Menilik data tersebut, analisis isi baik kualitatif, kuantitatif, maupun campuran kualitatif-kuantitatif menjadi yang paling banyak dilakukan. Analisis isi yang dilakukan, yakni analisis berdasarkan konsep, analisis framing, analisis wacana, maupun analisis naratif. Penulis mencermati ada lima penelitian yang menggunakan studi literatur dalam penelitian jurnalisme *online*, sedangkan penelitian-penelitian lain melibatkan teknik analisis data yang berbeda-beda seperti analisis menggunakan teori strukturasi, *alternative journalism*, mediamorfosis milik Riger Fiddler, autoetnografi, penggunaan teori uses and gratification, dan teori efek agenda setting.

Hal ini juga terlihat dari konsep-konsep yang diteliti paling banyak menggunakan analisis framing (delapan penelitian) atau konsep lain yang terkait dengan framing seperti konstruksi realitas, representasi tokoh politik, dan agenda setting. Konsep-konsep lain pada penelitian analisis berita muncul sebagai bentuk kritik pada praktik jurnalisme *online*, yakni keberagaman pada jurnalisme *online*, dan komodifikasi kekerasan seksual.

Penelitian sebagai kritik terhadap praktik jurnalisme *online* ini pun bukan hanya dari sisi konten. Penelitian-penelitian tentang jurnalisme *online* juga memfokuskan pada konsep terkait bahasa Indonesia jurnalistik dan etika. Konsep yang muncul dalam penelitian mengenai jurnalisme *online* terkait dengan etika dan prinsip-prinsip

jurnalisme, yakni etika jurnalistik, akurasi berita, objektivitas berita, kredibilitas media, dan regulasi jurnalisme warga. Penelitian-penelitian mengenai etika dan prinsip jurnalisme tidak hanya terkait pada berita, melainkan juga jurnalis dengan konsep-konsep yang menjadi pertanyaan penelitian, yakni profesionalitas jurnalisme *online*, kompetensi jurnalis, dan jurnalisme kloning.

Pada penelitian-penelitian jurnalisme *online*, ada konsep-konsep yang menunjukkan karakteristik berita pada era digital. Konsep-konsep ini seperti digitalisasi jurnalisme, mediamorfosis, konvergensi, multimedia, jurnalisme multimedia, jurnalisme hibrida, jurnalisme alternatif, jurnalisme robot, dan produksi media *multiplatform*.

Terkait khalayak jurnalisme *online*, eksplorasi penelitian di Indonesia terkait dengan pengaruh berita *online*, perilaku khalayak, efek agenda setting, pola akses berita, persaingan situs berita, dan preferensi khalayak. Sementara itu, penelitian terkait agenda setting dan efek agenda *setting* juga menunjukkan agenda setting masih relevan pada jurnalisme *online*.

Secara umum, ragam metode penelitian yang digunakan dalam penelitian jurnalisme *online* sudah beragam, yakni kualitatif, kuantitatif, dan campuran (kualitatif dan kuantitatif). Namun demikian, penelitian kualitatif sangat mendominasi dengan jumlah 39 penelitian atau tiga kali dari jumlah penelitian kuantitatif (13 penelitian), sedangkan penelitian campuran sebanyak tiga penelitian.

Jurnalisme berkembang dan bertransformasi seiring dengan perkembangan teknologi atau media komunikasi. Karena itu, kehadiran internet dan perkembangan telepon seluler turut mendorong transformasi jurnalisme, yang meliputi perubahan industri, organisasi media massa, kerja jurnalis atau wartawan, berita baik kemasan penyajian maupun isi, dan pembaca.

Irawan (2014) menjelaskan perkawinan antara jurnalisme konvensional dan teknologi komunikasi—dalam hal ini internet, yang ditetapkan oleh standar world wide web (www), ini sebagai jurnalisme *online*. Dengan demikian, jurnalisme *online* merupakan proses pelaporan dan penyampaian informasi atau fakta yang didistribusikan melalui internet.

Berdasarkan penjelasan Irawan mengenai perkembangan jurnalisme melalui internet atau jurnalisme *online*, penulis berpendapat ada tiga fase jurnalisme *online* di Indonesia. Fase tersebut, yakni fase memindahkan berita pada media cetak

ke *online*, fase pelaporan yang mengejar kecepatan, dan fase multimedia dan *multiplatform* lewat data, visual interaktif, dan media sosial.

Fase memindahkan berita pada media cetak ke situs berita merupakan fase awal perkembangan jurnalisme *online* di Indonesia. Fase ini dimulai pada 1995. Republika.co.id menyajikan berita melalui internet pada Agustus 1995, disusul Kompas.com pada September 1995. Kala itu, jurnalisme *online* di Indonesia belum mengenal pelaporan dan penyampaian berita secara *real time*.

Fase pelaporan yang mengejar kecepatan terjadi pada 1998 atau era reformasi ketika Detik.com mulai melakukan pelaporan dan penyajian berita *real time* dan *up to date*. Karakteristik *real time* dan *up to date* atau berita yang disajikan dengan segera dan dekat dengan waktu kejadian ini menjadi pembeda dari berita koran. Kehadiran dan kesuksesan Detik.com mendorong kehadiran media *online* lain yang melaporkan dan menyajikan berita seperti Okezone.com (2007), Inilah.com (2008), dan Viva.co yang sebelumnya bernama Vivanews.com (2008).

Praktik pada fase kedua ini seperti dijelaskan oleh Ward (dalam Muliawati, 2018) bahwa transformasi medium, industri, dan organisasi ini pun mengubah penyajian berita. Pada era media baru atau internet, jurnalisme *online* mengutamakan kesegaraan atau *immediacy* atau kecepatan menyampaikan informasi (Ward dalam Muliawati, 2018).

Fase ketiga, yakni multimedia dan *multiplatform*. Pada fase ini, penyajian jurnalisme *online* bertransformasi tidak lagi sekadar mengandalkan dan mengejar kecepatan. Jurnalisme *online* seperti Tirto menyajikan tidak mengandalkan pelaporan dan penyajian berita dengan cepat, melainkan melalui data infografis dan visual interaktif. Pada fase ini, media sosial tidak lagi sekadar mempromosikan atau medium membagikan *link* berita, tetapi juga medium untuk melaporkan dan menyajikan berita melalui format videografis yang merupakan perpaduan antara foto, dan grafis yang dikemas bergerak (video).

Pada fase ketiga juga muncul bentuk jurnalisme baru yang mengembangkan kolom opini pada surat kabar. Jika pada era media lama opini atau kolom merupakan produk media massa yang juga melaporkan dan menyajikan fakta peristiwa maka tidak demikian pada era media baru. Pada era media baru, situs berita sebagai media massa arus utama memang masih menyediakan ruang bagi penulis luar atau bukan wartawan untuk

menuliskan opini atau pendapat mereka mengenai isu tertentu. Bahkan, ada forum diskusi sebagai ruang bagi warga untuk menuliskan pendapat atau bahkan melaporkan berita. Namun, ada pula situs yang mengkhususkan pada penyajian pendapat seperti Magdalene yang menjadi jurnalisme advokasi untuk perempuan di Indonesia.

Pada fase ketiga ini pula berkembang situs *content aggregator*. Situs ini mulai berkembang pada fase kedua di mana ada situs-situs yang menduplikasi berita-berita atau membagikan link-link dari situs-situs berita resmi. Selain situs yang memang bekerja sama dengan situs berita seperti *Yahoo!*, ada pula situs yang tidak meminta izin mengunggah ulang berita-berita tersebut sehingga memunculkan persoalan etika dan bahkan hukum. Pada fase ketiga, situs *content aggregator* yang muncul seperti Line Today.

Penetrasi internet dan perkembangan teknologi telepon seluler yang memungkinkan orang mengakses jurnalisme *online* dari mana saja dan kapan saja. Priliani (2017) mengatakan hingga kini, jurnalisme *online* mulai menjadi rujukan utama masyarakat dalam mencari informasi.

Kendati demikian, perkembangan jurnalisme *online* ini menghadirkan tantangan. Muliawanti (2018) menjelaskan karakteristik jurnalisme *online* yang serba cepat dan harus *up to date* menggeser konsep-konsep tradisional jurnalisme *online*, baik terkait profesionalitas jurnalis maupun penyajian berita. Jurnalis tidak hanya menggunakan teknik pengumpulan informasi gaya lama seperti wawancara langsung dan observasi, melainkan juga melibatkan penggalian informasi dan observasi virtual. Berita juga disajikan dengan ringkas, jurnalisme judul atau judul 'menarik', dan *multiplatform*.

Pergeseran juga terjadi pada khalayak media yang tidak lagi pasif, melainkan aktif sehingga melahirkan jurnalisme warga, dan media opini serta media alternatif yang membuka peluang bagi masyarakat untuk melaporkan dan mengirimkan video, gambar, tulisan, dan pendapat untuk ditayangkan kepada publik. Kemudian, kondisi ini juga mendatangkan tantangan bagi etika jurnalisme *online*.

SIMPULAN

Jurnalisme berkembang dan bertransformasi seiring dengan perkembangan teknologi atau media komunikasi. Karena itu, kehadiran internet dan perkembangan telepon seluler turut mendorong

transformasi jurnalisme, yang meliputi perubahan industri, organisasi media massa, kerja jurnalis atau wartawan, berita baik kemasan penyajian maupun isi, dan pembaca.

Penulis berpendapat ada tiga fase jurnalisme *online* di Indonesia. Fase tersebut, yakni fase memindahkan berita pada media cetak ke *online*, fase pelaporan yang mengejar kecepatan, dan fase multimedia dan *multiplatform* lewat data, visual interaktif, dan media sosial.

DAFTAR PUSTAKA

- Berkman, R. I., Shumway, C. A. (2003). *Digital Dilemmas: Ethical Issues for Online Media Professionals*. Iowa: Iowa State Press.
- Broersma, M. J. (2010). *Journalism as Performative Discourse. The Importance of Form and Style in Journalism*. dalam V. Rupar (Ed.), *Journalism and Meaning-making: Reading the Newspaper* (pp. 15 - 35). Cresskill, N.J.: Hampton Press.
- Craig, R. (2005). *Online Journalism: Reporting, Writing, and Editing for New Media*. Thomson-Wadsworth.
- Deuze, M. (2003). The Web and its Journalisms: Considering the Consequences of Different Types of News Media Online. *New Media Society*, 5: 203 DOI: 10.1177/1461444803005002004.
- Deuze, M. (2005). What is journalism?: Professional Identity and Ideology of Journalists Reconsidered. *Journalism*, 6: 442 DOI: 10.1177/1464884905056815.
- Hall, J. (2010). *Online Journalism: A Critical Primer*. London: Pluto Press.
- Hanley, T., & Cutts, L. (2013). What is Systematic Review?. *Counselling Psychology Review*, 28:4.
- Haryanto, I. (2014). *Jurnalisme Era Digital: Tantangan Industri Media Abad 21*. Jakarta: Kompas.
- Irawan. (2014). Aplikasi Citizen Journalism di Era Konvergensi Media. *Humaniora*, 5(2):816-821.
- Juditha. (2013) Akurasi Berita dalam Jurnalisme *Online* (Kasus Dugaan Korupsi Mahkamah Konstitusi di Portal Berita Detiknews). *Jurnal Pekommas*, 16(3)145-154.
- Juditha. (2014). Framing Berita Polemik Lurah Lenteng Agung pada Media *Online*. *Jurnal Komunikasi dan Pembangunan*, 15(2):94-111.
- Juditha. (2016). Obyektivitas Berita dan Etika Jurnalistik di Media *Online*: Kasus Rekrutmen Karyawan BUMN. *Jurnal Pekommas*, 1(1):1-12.

- Juditha. (2016). Jurnalisme Damai dalam Berita Konflik Agama Tolikara di Tempo.co. *Jurnal Penelitian Komunikasi dan Opini Publik*, 20(2):93-110.
- Margianto, J.H, Syaefullah, A. (2004). *Media Online: Pembaca, Laba, dan Etika: Problematika Praktik Jurnalisme Online di Indonesia*. Jakarta: Aliansi Jurnalis Indonesia (AJI) & Ford Foundation <https://aji.or.id/read/buku/15/Media-Online-Pembaca-Laba-dan-Etika.html> diunduh pada 24 Februari 2019 pada 15.01 WIB.
- Merdeka. (2019). *Cek Fatka, Tanggung Jawab Baru Jurnalisme Digital di Era Misinformasi*. 21 Februari 2019 pukul 05:04 WIB diakses melalui <https://www.merdeka.com/peristiwa/cekfakta-tanggung-jawab-baru-jurnalisme-digital-di-era-misinformasi.html> pada 2 Februari 2019 pukul 23:34 WIB.
- Muliawanti, L. (2018). Jurnalisme Era Digital: Digitalisasi Jurnalisme dan Profesionalitas *Jurnalisme Online. Lentera*, Vol. II/1.
- Neely, J. G., & rekan. (2010). A practical guide to understanding systematic reviews and meta-analyses. *Otolaryngology–Head and Neck Surgery*, 142, 6-14 doi:10.1016/j.otohns.2009.09.005.
- Purnama, N. (2013). A Comparative Study of *Online News Site Service Based on Consumer Preference to the Student of Telkom Institut of Management in 2011*. *Jurnal Sositologi*, 28(12):263-276.
- Tirto.id. (2016). Tentang Kami <https://tirto.id/insider/tentang-kami> diakses pada 24 Februari 2019 pukul 14.31 WIB.