

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Penelitian

Jurnalisme dan digital tentu saja memiliki pengertian yang berbeda. Jurnalisme dengan definisi dan makna luasnya berarti segala bentuk kegiatan mencari, mengolah dan menyebarkan informasi kepada khalayak. Adapun untuk digital merujuk kepada bahasa komputer yang disebut dengan biner. (Ashari, 2019 : 1). Hingga di dunia media saat ini, kedua konsep yang berbeda latar belakang tersebut dipadukan menjadi istilah jurnalisme digital.

Fenomena yang dipaparkan peneliti diatas berkesinambungan dengan adanya proses konvergensi. Yang kini menjadi salah satu cara bagi media untuk terus menjaga eksistensi ditengah gencarnya perkembangan internet. Beriringan dengan peningkatan jumlah pengguna internet yang signifikan, hal ini jelas memberikan pengaruh besar terhadap keberadaan media. Inilah yang juga menjadikan media dituntut untuk terus mengikuti perkembangan zaman dan teknologi guna mempertahankan diri dalam dunia perindustrian.

Setiap media yang melakukan konvergensi tentu saja mengalami berbagai perubahan dalam pelaksanaannya, baik itu dari proses, sistem kerja, keredaksian hingga produk dan konten berita yang dihasilkan. Perubahan cara kerja media akibat digitalisasi juga tidak hanya terjadi di level perusahaan saja, namun juga di level wartawan sebagai produser konten berita. Dimana wartawan dituntut untuk

bisa menyampaikan pesan secara *multiplatform* atau memadukan antara tulisan, audio dan video sekaligus.

Salah satu perubahan penting yang menurut peneliti mempengaruhi cara kerja wartawan lainnya ialah adanya digitalisasi terhadap konten. Digitalisasi konten merupakan sebuah proses konversi informasi ke dalam format data yang bisa dibawa oleh komputer. Digitalisasi konten bisa berdampak kepada pola distribusi konten yang bisa menjangkau berbagai platform digital.

Publikasi produk-produk serta platform penghantar informasi kini semakin beragam melalui internet (Scott, 2003 : 4). Meski transformasi digital masih menghadirkan tantangan besar bagi organisasi media, generasi muda yang disosialisasikan oleh perangkat akhir multi-opsional seperti *smartphone* dan tablet akan memiliki harapan yang sangat berbeda tentang seperti apa konten dan bentuk produk jurnalistik.

Keberagaman tersebut sejalan dengan kehadiran beragam jenis media baru, tidak hanya yang memproduksi konten berita. Ragam jenis media baru tersebut ialah media komunikasi interpersonal, media permainan interaktif, media pencari informasi, media partisipasi kolektif, dan media substitusi penyiaran. Dari penjelasan ini dapat digaris bawahi bahwa semua jenis media baru berkontribusi pada perkembangan jurnalisme termasuk jurnalisme game.

Hal ini bisa dipahami sebagai proses yang lebih dari sekedar pergeseran teknologi, tetapi konvergensi mengubah hubungan antara teknologi, industri, pasar, genre, dan audiens yang ada, dimana industry imedia beroperasi dan

konsumen media memproses berita dan hiburan yang juga berdampak pada perubahan konten media.

Pengkonversian berita daring dengan sebuah permainan dikenal dengan istilah *newsgame*. *Newsgame* merupakan sebuah istilah yang digunakan untuk menyebutkan banyaknya karya yang dihasilkan di persimpangan antara *videogames* dan jurnalisme. Untuk itu perlu dipahami penggunaan *game* dalam pemberitaan, baik yang baru maupun yang lama, dengan istilah yang berbeda. Kajian tentang jurnalisme *game* belum banyak diteliti padahal perkembangannya sangat dinamis dan cepat belakangan ini. Selain itu, memahami jurnalisme *game* berarti juga memahami jurnalisme spesialis.

Ada sesuatu yang berbeda dengan *game*, dimana ia mampu menampilkan teks, gambar, suara, dan video tetapi mereka juga melakukan lebih banyak lagi. Oleh karena itu, tidak mengherankan jika organisasi media menjelajahi salah satu pasar paling menguntungkan di dunia, dengan banyaknya peluncuran merek beberapa tahun terakhir. Bentuk hibrida antara jurnalisme dan *game* ini menawarkan selektivitas tinggi dan menghidupkan peristiwa saat ini atau masa lalu dan proses dibelakangnya. Tetapi penelitian jurnalisme semacam ini belum memberikana banyak perhatian sistematis pada bidang konvergensi baru ini.

Beberapa tahun yang lalu, media mulai memproduksi permainan berita untuk meningkatkan tingkat pembaca dan keterlibatan pengguna. Selain memanfaatkan audiens yang lebih muda melalui penggunaan bentuk-bentuk cerita baru, peluang untuk model pendapatan baru adalah aspek lain yang membuat pasar *game* menjadi sangat menarik bagi media dan penelitian jurnalisme. Ini memunculkan

bidang pengembang dan penerbit game indie yang berkembang, yang bereksperimen dengan cara-cara baru untuk menghasilkan pendapatan. Sederhananya, banyaknya harapan bahwa *newsgame* menawarkan strategi inovatif dalam memperebutkan perhatian pengguna online yang tersebar.

Menurut Meier (2017) kata "berita" dalam *newsgame* haruslah diartikan tidak hanya dengan "berita yang ada hari ini" tetapi harus diartikan sebagai jurnalisme secara umum. Sehingga memastikan bahwa itu terkait dengan peristiwa dalam hal waktu. Ini secara halus membedakan *newsgame* dari *game* yang tujuannya adalah pendidikan dan komunikasi pengetahuan. Selain itu, berarti bahwa permainan berita dibuat untuk mengiringi peristiwa tertentu dan tidak dimaksudkan untuk dimainkan berulang kali atau untuk dimasukkan ke dalam kolektif.

Keseluruhan *newsgame* mengacu pada aktual, saat ini atau masa lalu, dengan sebagian besar peristiwa ini berdiri dalam konteks masalah sosial, sejarah atau politik yang lebih besar. (Plewe & Fursich, 2017). Dengan demikian, nama *newsgame* dapat merujuk lebih dari sekedar berita hari ini, sehingga ini tidak cukup untuk berbicara secara eksplisit tentang "berita terkini". Faktanya, potensi *newsgame* tidak terletak pada pelaporan berita terkini, tetapi dalam mengkomunikasikan konteks dan latar belakang seputar berita.

Peluang ini lalu dimanfaatkan oleh media yang dengan cepat dapat melihat bahwa perilaku dinamis dalam ragam cara khalayak memperoleh informasi menjadi langkah awal perubahan besar dalam adaptasi media terhadap digitalisasi. Di Indonesia sendiri, salah satu media yang dengan cepat melihat kesempatan

dalam memadukan berita daring dengan sebuah *game* atau permainan ialah Kompas.com. Revolusi internal yang dilakukan Kompas dalam penyesuaian era digital menghasilkan kebijakan 3M (*triple M*) yakni *multichannel*, *multiplatform* dan *multimedia*.

Secara sederhana, konten Kompas saat ini dapat diakses melalui berbagai wahana (kertas, komputer, televisi, mobile phone) dan dapat terpublikasi melalui berbagai platform tidak hanya bentuk teks dan foto, tetapi juga gabungan grafis, video atau bahkan gabungan dari seluruhnya.

Peneliti mengambil konten newsgame yang dimuat dalam rubrik Visual Interaktif Kompas. VIK merupakan salah satu upaya Kompas mencari bentuk baru dari jurnalisme di era digital. Revolusi internal yang dilakukan Kompas dalam penyesuaian era digital menghasilkan kebijakan 3M (*triple M*) yakni *multichannel*, *multiplatform* dan *multimedia*. Hal inilah yang dilihat dan menjadi gagasan dasar Kompas melahirkan VIK (Visual Interaktif Kompas).

Kompas.com yang merupakan salah satu pionir media online di Indonesia ketika pertama kali hadir di Internet pada 14 September 1995 dengan nama Kompas Online. Media yang memiliki *tagline* “Jernih Melihat Dunia” ini melihat potensi dunia digital yang besar, *Kompas Online* kemudian dikembangkan menjadi sebuah unit bisnis tersendiri di bawah bendera PT Kompas Cyber Media (KCM) pada 06 Agustus 1998. VIK merupakan salah satu upaya Kompas mencari bentuk baru dari jurnalisme di era digital.

Meski terlihat banyak sekali kelebihan yang dihadirkan dalam penyebaran informasi atau berita melalui praktik *newsgame* seperti keuntungan berupa

memungkinkan pengguna untuk mengalami dan memanipulasi peristiwa yang disajikan dalam permainan itu sendiri selama proses penerimaan, menggunakan system aturan yang disediakan dalam permainan. Tetapi berakibat pada mekanisme dan alasan perkembangan tertentu dapat disajikan dari perspektif yang berbeda, dan timbulnya bias antara batasan opini pemain dengan produk jurnalistik yang dimaksud.

Fenomena yang dipaparkan diatas menjadi alasan bagi peneliti untuk membahas kajian terkait *newsgame*. Keterbatasan minat membaca masyarakat Indonesia terhadap pemberitaan dengan isu atau bahasan kompleks menjadi langkah awal Kompas.com menghadirkan website interaktif yang bisa dengan mudah diakses kapan dan oleh siapapun selama terhubung dengan basis internet. Ini kemudian menjadi menarik bagi peneliti dimana pertumbuhan industri game tumbuh dengan pesat dan game juga semakin populer di Indonesia, namun institusi media berita tentang game justru baru saja tumbuh dengan ditandai adanya media informasi yang digunakan dalam proses penyebarluasan berita dewasa ini yaitu dengan menggunakan game sebagai “wajah” informasi.

Terdapat beberapa penelitian yang membahas mengenai *newsgame* dan jurnalisme digital. Penelitian yang ditulis oleh Chronika Sitorus dengan judul *Proses Gamifikasi Jurnalistik Media Online Melalui Praktik Newsgame Journalism (Studi Kasus Pada Artikel Virion di Visual Interaktif Kompas)* pada tahun 2021 dengan mengambil fokus penelitian ini berusaha untuk mengetahui dan menguraikan proses gamifikasi jurnalistik khususnya *newsgame* di Visual

Interaktif Kompas untuk menarik pembaca dan memberikan pengalaman baru dalam membaca berita serius.

Penelitian yang lain membahas mengenai *newsgame* dan jurnalisme digital. Penelitian yang ditulis oleh Diana Valencia dengan judul Karakteristik Newsgames Pada Media Daring di Indonesia: Studi Kasus Terhadap Tempo.co pada tahun 2019 dalam riset ini peneliti berupaya menilai ketersampaian atau efektivitas informasi yang disajikan *newsgame* Tempo.co, karena pada akhirnya konten interaktif apapun dari media perlu dengan lugas menyampaikan informasi yang hendak diteruskan kepada audiens.

Dari berbagai literatur terkait hasil-hasil penelitian tersebut masih belum dibahas mengenai bagaimana proses gamifikasi jurnalistik dalam *newsgame*, lalu tahapan atau proses pembuatan *newsgame* dalam jurnalisme digital bekerja dan latarbelakang dilahirkannya konten interaktif tersebut. Inilah yang membedakan penelitian ini dengan berbagai jenis penelitian sebelumnya dimana ini akan menjadi kebaruan bagi kajian ilmu komunikasi terkhusus dalam ilmu jurnalisme digital dan media informasi saat ini. Selain itu pembahasan ini menjadi sangat penting karena pembahasan terkait studi literatur *newsgame* pun belum terlalu banyak, sehingga mempengaruhi bagaimana sesungguhnya *newsgame* bekerja dalam jurnalisme digital dewasa ini, baik dari sisi keredaksian, tahap produksi hingga publikasi. Maka dari itu berdasarkan uraian diatas peneliti merasa perlu untuk membahas Praktik Newsgame Dalam Jurnalisme Digital (Studi Deskriptif Konten *newsgame* dalam Rubrik Visual Interaktif Kompas).

B. Fokus dan Pertanyaan Penelitian

Berdasarkan konteks penelitian diatas serta perlu adanya batasan agar pembahasan penelitian tidak terlalu luas maka peneliti memfokuskan “Praktik *Newsgame* Dalam Jurnalisme Digital (Studi Fenomenologi Konten *Newsgame* dalam Rubrik Visual Interaktif Kompas)”. Mengacu kepada fenomena yang menjadi latar belakang sebelumnya, maka pokok yang diangkat sebagai kajian utama dalam penelitian ini adalah :

- 1) Bagaimana proses gamifikasi jurnalistik dalam *newsgame* yang dimuat rubrik Visual Interaktif Kompas ?
- 2) Bagaimana tahapan atau proses pembuatan *newsgame* dalam rubrik Visual Interaktif Kompas?
- 3) Mengapa *newsgame* dipilih sebagai salah satu media penyampaian berita dalam rubrik Visual Interaktif Kompas ?

C. Tujuan Penelitian

Adanya penelitian ini bertujuan sebagai berikut :

- 1) Untuk mengetahui bagaimana proses gamifikasi jurnalistik dalam *newsgame* yang dimuat rubrik Vitual Interaktif Kompas ?
- 2) Untuk mengetahui bagaimana tahapan atau rproses pembuatan *newsgame* dalam rubrik Visual Interaktif Kompas ?
- 3) Untuk mengetahui Mengapa *newsgame* dipilih sebagai salah satu media penyampaian berita dalam rubrik Visual Interaktif Kompas ?

D. Kegunaan Penelitian

D.1 Secara Akademisi

Penelitian ini diharapkan mampu menjadi sumbangsih intelektual serta kontribusi ilmiah pada kajian Ilmu Komunikasi terutama terkait jurnalisme digital yang sekarang ini menjadi salah satu cara media dalam mempertahankan eksistensinya ditengah era persaingan industri serta sebagai bentuk adaptasi media dalam menghadapi terjadinya fenomena konvergensi. Besar harapan peneliti, bahwa riset ini akan menjadi salah satu rujukan yang berguna dan menjadi referensi baru tentang produk-produk jurnalistik yang dihasilkan dari proses digitalisasi dan menjadi bahan landasan dalam penelitian terkait dimasa mendatang.

D.2 Secara Praktis

Tentu saja peneliti berharap bahwa riset mengenai *newsgame* yang merupakan salah satu produk jurnalistik hasil digitalisasi dan gambaran wujud baru dari media ini akan menghasilkan kebermanfaatan dan menjadi acuan bagi seluruh pihak yang terlibat dalam kajian Ilmu Komunikasi. Tidak hanya diperuntukkan bagi pakar-pakar dan ahli dibidang tersebut, tetapi lebih besarnya peneliti ingin riset ini tentu memberikan pengaruh baik untuk kalangan masyarakat dan seluruh pihak yang bergelut dalam dunia media.

E. Hasil Penelitian Relevan

Penelitian terdahulu merupakan suatu komponen penting karena dapat membantu peneliti untuk lebih memahami bidang atau konsep yang akan diteliti.

Dalam kata lain penelitian terdahulu menjadi rujukan bagi penelitian yang akan dilakukan sehingga dapat menjadi dasar bagi peneliti untuk melakukan penelitian. Adapun pada penelitian ini memiliki sebanyak dua rujukan penelitian terdahulu, yang mana ini menjadi inspirasi peneliti menghasilkan judul Praktik *Newsgame* Dalam Jurnalisme Digital (Studi Deskriptif Konten *newsgame* dalam Rubrik Visual Interaktif Kompas).

Proses Gamifikasi Jurnalistik Media Online Melalui Praktik *Newsgame Journalism* (Studi Kasus Pada Artikel Virion di Visual Interaktif Kompas) merupakan salah satu judul yang menjadi bahan acuan peneliti dalam penyusunan penelitian, karya yang ditulis oleh Chronika Sitorus ini menggunakan pendekatan kualitatif dengan metode studi kasus yang mana dari hasil penelitian yang dilakukannya menunjukkan bahwa penelitian ini berusaha untuk mengetahui dan menguraikan proses gamifikasi jurnalistik khususnya *newsgame* di Visual Interaktif Kompas untuk menarik pembaca dan memberikan pengalaman baru dalam membaca berita serius. Tentu saja ini memiliki relevansi terkait dengan rencana penelitian yang akan dilakukan peneliti, selain pendekatan yang dipilih memiliki kesamaan, bahasanya pun akan sangat membantu peneliti dalam menjawab dan menambah referensi peneliti terkait fokus penelitian mengenai rancangan *game* atau proses gamifikasi jurnalistik.

Sedangkan penelitian lainnya yang ditemukan oleh peneliti memiliki relevansi ialah tulisan yang berjudul Karakteristik *Newsgames* Pada Media Daring di Indonesia: Studi Kasus Terhadap Tempo.co yang ditulis oleh Diana Valencia, penelitian yang memilih pendekatan kualitatif ini memilih metode studi kasus

dalam penggalian data, yang kemudian penelitian ini menunjukkan *newsgame* yang dimuat dalam Tempo.co dapat disebut sebagai *newsgame* karena memiliki empat karakter *newsgame* yang didefinisikan oleh Plewe dan Fursich. Keempat karakteristik tersebut adalah tanggapan atas peristiwa aktual, kemudahan akses, intensi persuasif, dan produk tambahan dari berita tradisional, dalam riset ini peneliti berupaya menilai ketersampaian atau efektivitas informasi yang disajikan *newsgame* Tempo.co, karena pada akhirnya konten interaktif apapun dari media perlu dengan lugas menyampaikan informasi yang hendak diteruskan kepada audiens. Selaras dengan bahasan yang dipilih, dari hasil penelitian ini dapat dengan mudah mengidentifikasi karakteristik *newsgame* yang tentu akan menjadi sangat berguna bagi peneliti untuk

Persamaan yang ditemukan penelitian terdahulu yang ditulis oleh Firstnadya Pramesthi yang berjudul Perbedaan Tingkat Persepsi Terhadap Kualitas *Newsgame* Di Bloomberg Dan Tempo.co Menurut Khalayak juga memiliki relevansi yang cukup tinggi dengan kajian utama yakni terkait *newsgame* dalam penelitian tersebut ditemukan bahwa eksperimen dilakukan pada satu kelompok eksperimental dengan jumlah sampel 30 responden yang akan diberikan sebanyak dua perlakuan. Perlakuan pertama adalah pemberitaan *newsgame Bloomberg "Pick Your Own Brexit"*. Dan perlakuan kedua ialah *newsgame Tempo.co "Cairkan Dana Kartu Indonesia Pintar"* Penelitian ini menunjukkan hasil terdapat perbedaan tingkat persepsi terhadap kualitas *newsgame Bloomberg* dan Tempo.co menurut khalayak.

Hasil penelitian serupa juga yang dilakukan dengan cara perbandingan antara konten *newsgame* dengan konten artikel teks terhadap dua kelompok konsumen muda media yang digagas oleh Lenny Septiani, dari penelitian ini menunjukkan hasil bahwa tidak ada perbedaan yang signifikan dengan selisih nilai rata-rata antara *newsgame* dan berita teks sebesar 0,004. Pada hasil T-test independent juga tidak menunjukkan adanya perbedaan yang signifikan.



Tabel E. 1 Daftar Penelitian Relevan

No	Nama	Judul	Metode	Hasil Penelitian	Relevansi (Persamaan dan Perbedaan)
1.	Chronika Sitorus	Proses Gamifikasi Jurnalistik Media Online Melalui Praktik <i>Newsgame</i> Journalism (Studi Kasus Pada Artikel Virion di Visual Interaktif Kompas)	Pendekatan yang digunakan dalam penelitian ini ialah kualitatif dengan metode studi kasus	Penelitian ini berusaha untuk mengetahui dan menguraikan proses gamifikasi jurnalistik khususnya <i>newsgame</i> di Visual Interaktif Kompas untuk menarik pembaca dan memberikan pengalaman baru dalam membaca berita serius.	Penguraian proses produksi gamifikasi jurnalistik khususnya <i>newsgame</i> pada VIK dimana melalui penelitian ini peneliti dapat mendalami tahap pra-produksi gamifikasi jurnalistik, tahap produksi jurnalistik, tahap pasca publikasi artikel gamifikasi jurnalistik. Selain media yang diteliti memiliki persamaan yakni Kompas rubrik yang pilih pun memiliki relevansi yaitu VIK. Untuk perbedaannya terletak pada fokus penelitian yang dikaji serta metode yang dipilih dalam proses penggalan data.
2.	Diana Valencia	Karakteristik <i>Newsgames</i> Pada Media Daring di Indonesia: Studi Kasus Terhadap Tempo.co	Pendekatan yang digunakan dalam penelitian ini ialah kualitatif dengan metode studi kasus	<i>Newsgame</i> yang dimuat dalam Tempo.co dapat disebut sebagai <i>newsgame</i> karena memiliki empat karakter <i>newsgame</i> yang didefinisikan oleh Plewe dan	Memiliki objek penelitian yang sama yakni <i>newsgame</i> , yang mana melalui penelitian ini peneliti dapat dengan mudah mengetahui serta mendalami karakteristik <i>newsgame</i> . Sedangkan

				Fursich. Keempat karakteristik tersebut adalah tanggapan atas peristiwa aktual, kemudahan akses, intensi persuasif, dan produk tambahan dari berita tradisional.	perbedaannya terletak pada media yang dituju yakni Tempo.co, fokus penelitian yang dikaji, serta metode yang dipilih dalam proses penggalian data selama penelitian berlangsung.
3.	Firstnadya Pramesthi	Perbedaan Tingkat Persepsi Terhadap Kualitas <i>Newsgame</i> Di Bloomberg Dan Tempo.co Menurut Khalayak	Pendekatan yang digunakan dalam penelitian ini ialah kuantitatif dengan metode eksperimen	Eksperimen dilakukan pada satu kelompok eksperimental dengan jumlah sampel 30 responden yang akan diberikan sebanyak dua perlakuan. Perlakuan pertama adalah pemberian <i>newsgame Bloomberg "Pick Your Own Brexit"</i> . Dan perlakuan kedua ialah <i>newsgame Tempo.co "Cairkan Dana Kartu Indonesia Pintar"</i> Penelitian ini menunjukkan hasil terdapat perbedaan tingkat persepsi terhadap kualitas <i>newsgame Bloomberg</i> dan Tempo.co menurut khalayak.	Pembahasan yang saling berkaitan yakni mengenai <i>newsgame</i> akan sangat menambah referensi peneliti dalam penguraian bahasan terkait. Namun perbedaan penelitian ini terletak pada pendekatan yang dipilih, metode yang digunakan dalam proses penggalian data, serta media yang dituju selama proses penelitian berlangsung.

4.	Lenny Septiani	Perbedaan Tingkat Pemahaman Konsumen Muda Media Antara Konten <i>Newsgame</i> Covid-19 Dan Berita Teks	Pendekatan yang digunakan dalam penelitian ini ialah kuantitatif dengan metode eksperimen	Dengan melakukan perbandingan antara konten newsgames dengan konten artikel teks terhadap dua kelompok konsumen muda media. Hasil penelitian adalah tidak ada perbedaan yang signifikan dengan selisih nilai rata-rata antara newsgame dan berita teks sebesar 0,004. Pada hasil T-test independent tidak menunjukkan perbedaan signifikan.	Relevansi penelitian ini terletak pada bahasan secara garis besar yakni mengenai <i>newsgame</i> . Sedangkan untuk perbedaannya terletak dari metode yang dipilih, pendekatan yang digunakan, serta fokus penelitian yang menjadi Batasan penelitian.
5.	Wisnu Martha Adiputra	Jurnalisme Game Dan Membedakan Karakter Konten Media (Studi Kasus the Lazy Monday, Gamebrott dan Playverse)	Metode riset yang digunakan adalah studi kasus dengan perspektif konstruksionis.	Berdasarkan riset yang dilakukan, diketahui bahwa jurnalisme game di Indonesia barulah pada fase awal. Artinya, industri game tumbuh dengan pesat dan game juga semakin populer, namun institusi media berita tentang game baru saja tumbuh. Hal ini dilihat dari membedakan konten media yang tidak berada pada karakter konten berita yang ketat namun berbaur dengan karakter opini, analisis, bahkan imajinasi.	Persamaan dalam pembahasan kajian penelitian terkait dengan jurnalisme game membantu peneliti dalam proses pengumpulan data dan kekayaan referensi meskipun terdapat perbedaan dari segi objek yang diteliti tetapi jurnal ini sangat memiliki keterkaitan dengan bahasan yang dimiliki peneliti saat ini.

6.	Muhammad Ashari	Jurnalisme Digital: Dari Pengumpulan Informasi Sampai Penyebaran	Upaya penelusuran dilakukan dengan metode literature review	Pnelitian ini menunjukkan bahwa pengertian jurnalisme digital mencakup pula persoalan pencarian dan pengolahan data digital sebagai bahan baku berita. Dalam hal ini, pemanfaatan data digital untuk tujuan jurnalisme memiliki peluang di masa depan seiring munculnya tren <i>Open Data Policies</i> atau kebijakan Data Terbuka. Kebijakan ini, dalam pengertiannya, mengharuskan pemerintah membuka akses datanya kepada publik.	Persamaan bahasan yang terdapat jurnal tersebut yakni terkait jurnalisme digital sangat membantu peneliti dalam proses pencarian berbagai referensi dan pandangan. Selain perbedaan yan terlihat signifikan pada bagian metode serta fokus pembahasan tetapi relevansi jurnal tersebut dengan riset milik peneliti saat ini memiliki keterkaitan kajian dengan presentase yang cukup tinggi.
6.	Igor Vobič	<i>Digital games and journalism: a case-study of slovenian political weekly's newsgame – mladina's fojba 2000</i>	Upaya penelusuran dilakukan dengan metode studi kasus	Analisis ini menunjukkan pola produksi lintas perusahaan yang terkoordinasi, karakter polisemi dari newsgame sebagai bentuk komunikasi, dan berbagai persepsi tentang relevansi sosialnya di dalam dan di luar ruang redaksi Mladina	<i>Newsgame</i> menjadi kajian dan topik pembahasan utama dalam jurnal ini dimana hal serupa juga dilakukan oleh peneliti dalam risetnya. Jelas ini memiliki relevansi yang tinggi meskipun tetap ada beberapa perbedaan yang menonjol baik dari metode penelitian yang digunakan serta objek dan bahasanya pun berbeda.

F. Landasan Pemikiran

F.1 Landasan Teoritis

Tahun 1990 merupakan awal kemunculan dari media baru (*new media*) yang tentu menjadi awal perubahan terhadap teori media. Mark Poster menerbitkan bukunya berjudul "*The Second Media Age*", yang menandai periode baru di mana teknologi dan jaringan interaktif komunikasi, khususnya internet, akan mengubah masyarakat. Salah satu pengembang dari teori ini adalah Pierre Lévy, peneliti Cyberculture. Lévy melihat World Wide Web (WWW) sebagai lingkungan informasi yang terbuka, fleksibel, dan dinamis, yang memungkinkan manusia untuk mengembangkan orientasi baru terhadap pengetahuan dan dengan demikian terlibat dalam dunia yang lebih interaktif, berbasis komunitas, dan demokratis untuk saling berbagi dan memberdayakan. Internet menyediakan tempat pertemuan Visual yang memperluas dunia sosial, menciptakan kemungkinan baru ikatan untuk pengetahuan, dan memfasilitasi berbagi perspektif di seluruh dunia. (Littlejohn, S. W., & Foss).

Dalam risetnya Valencia menyebutkan bahwa menurut Croteau yang ia kutip dari Kurnia (2005), media baru ini diartikan sebagai media yang terbentuk dari sebuah inovasi perkembangan teknologi. Sedangkan definisi lain dari *new media* atau media adalah produk teknologi komunikasi yang digital pendapat ini dikemukakan oleh Creeber dan Martin dalam riset Valencia. Mcquail meyakini terdapat setidaknya enam karakteristik kunci *new media* :

- a. Digital
- b. Interaktif
- c. *Hyprtextual*
- d. Virtual
- e. Simulasi
- f. Jaringan

Mengutip Mcquail dalam Kurnia, media baru dapat diklasifikasikan ke dalam empat kelompok besar : Media komunikasi interpersonal (sarana komunikasi dengan orang lain seperti handphone dan email), media bermain interaktif (sarana hiburan yang memiliki interaktivitas seperti videogames), media pencarian informasi (sarana mencari informasi di situs seperti portal dan search engine) dan terakhir adalah media partisipasi kolektif (memungkinkan penggunaanya untuk saling berpartisipasi secara kolektif seperti internet). (Valencia : 2019)

Mcquail dalam Fitriawan (2019) menyatakan bahwa ada beberapa perubahan utama yang berkaitan dengan kehadiran dari media baru adalah :

- 1) Adanya proses digitalisasi serta konvergensi pada segala aspek media
- 2) Peningkatan dalam interaktivitas dan konektivitas jaringan.
- 3) Terdapat mobilitas dan delokasi untuk mengirim dan menerima.
- 4) Adaptasi pada peranan publikasi dan khalayak
- 5) Munculnya beragam bentuk baru dari gateway media
- 6) Adanya pemisahan dan pengaburan dari lembaga media.

Kehadiran media baru saat ini bukanlah upaya untuk menggeser eksistensi atau keberadaan dari media konvensional. Namun, setiap media baik itu bentuk konvensional atau bentuk media baru tentu saja memiliki kelebihan dan kekurangan yang ditimbulkan, terutama jika ditinjau dari segi karakteristik, dimana yang paling menonjol dari karakter utama media baru ialah interaktivitas.

Newsgame menjadi salah satu produk jurnalistik yang dihasilkan dari digitalisasi yang memiliki tingkat interaktivitas yang tinggi. Karena melalui ini khalayak dapat terlibat secara langsung dalam proses penyampaian berita. Yang mana hal ini adalah salah satu bentuk komunikasi dua arah yang terkandung dalam media massa.

Hal ini sejalan dengan objek penelitian yang membahas terkait media baru yang dimiliki salah satu media online di Indonesia yakni Kompas.com dimana setelah adanya proses digitalisasi tentu saja mengubah jalannya proses pengumpulan sampai dengan penyebarluasan informasi tersebut hingga sampai dan diketahui oleh khalayak.

F.2 Landasan Konseptual

1) *Newsgame*

Pengkonversian berita dengan sebuah permainan dikenal dengan istilah *Newsgame*. *Newsgame* merupakan pemanfaatan permainan sebagai bentuk pengemasan dari sebuah berita. Setelah informasi dikemas, maka proses kerja selanjutnya adalah diseminasi informasi kepada publik. Pada tahap

diseminasi informasi ini terdapat beberapa perubahan dalam kaitannya dengan digitalisasi.

Dalam era media konvensional, diseminasi informasi akan tergantung kepada jenis medianya, baik itu surat kabar, majalah, radio dan televisi. Baik media cetak, audio dan audiovisual memiliki cara tersendiri dalam diseminasi berita. Namun dalam era digital, diseminasi informasi dari media-media tersebut dimungkinkan untuk digabung, dikemas menjadi satu platform begitu juga dengan newsgame yang menggabungkan antara berita dan *game*.

2) Jurnalisme Digital

Ashari (2019) menyebutkan bahwa ada perbedaan sebutan terkait dengan jurnalisme digital. Ada yang menyebutnya dengan jurnalisme online (David, 2010), jurnalisme siber (Vikulov, 2017), jurnalisme multimedia (Adzkia, 2015). Namun demikian, jurnalisme digital adalah yang paling banyak digunakan oleh jurnalis di banyak negara (Salaverria, 2019).

Salaverria (2019) dalam Ashari (2019) mendefinisikan jurnalisme digital sebagai semua bentuk jurnalisme yang menggunakan sumber daya digital. Tidak hanya sumber daya yang terdapat di internet atau jaringan internet mobile, tapi juga televisi digital dan radio digital. Definisi dari Salaverria ini memiliki jangkauan yang luas. Namun dalam memaparkan contohnya, ia banyak menyebutkan penggunaan teknologi media digital oleh para jurnalis. Lebih jauh, pembahasan konsep jurnalisme digital saat ini kebanyakan dilihat dari penggunaan media digital oleh wartawan jika dikaitkan antara konsep jurnalisme di atas dengan konseptualisasi jurnalisme digital yang berkembang.

3) Media Online

Media online juga disebut dengan istilah media siber (*cybermedia*) dimana ini diartikan sebagai media yang tersaji secara online disitus web (*website*) internet. Media online sendiri yang jelas merupakan salah satu produk jurnalistik yang jika mengacu pada Dewan Pers mendefinisikan media online sebagai “segala bentuk media yang menggunakan wahana internet dan melaksanakan kegiatan jurnalistik serta memenuhi persyaratan UU Pers dan standar perusahaan pers yang ditetapkan dewan pers”. (Romli, 2018)

G. Langkah-Langkah Penelitian

G.1 Lokasi Penelitian

Penelitian ini akan dilakukan di Gedung Kompas Gramedia, Unit II Lt. 5 Jl. Palmerah Selatan No. 22 – 28, RT.1/RW.2, Gelora, Kecamatan Tanah Abang, Jakarta, Daerah Khusus Ibukota Jakarta 10270

G.2 Paradigma dan Pendekatan

Pada penelitian ini, peneliti menggunakan paradigma konstruktivisme. Paradigma konstruktivisme menurut (Syaodih, 2007:94) dalam (Djamal, 2015:36) adalah paradigma yang berasumsi bahwa kenyataan itu berdimensi jamak, interaktif, dan merupakan pertukaran sosial yang ditafsirkan oleh individu (fitriawan : 2019). Dimana paradigma ini menekankan pada aspek keterlibatan individu dan proses sosial dalam penciptaan pengetahuan. Pengetahuan yang dikonstruksi dari hasil interaksi manusia dan lingkungan, interaksi peneliti dan subjek yang diteliti. Sedangkan pendekatan yang

peneliti pilih dalam melakukan riset ini ialah pendekatan kualitatif. Menurut Bogdan dan Taylor (Moleong, 2002:3) dalam (Djamal, 2015:9) penelitian kualitatif sebagai penelitian yang menghasilkan data deskriptif berupa kata-kata tertulis atau lisan dari orang atau perilaku yang dapat diamati. Penelitian ini difokuskan untuk meneliti konten newsgame dalam rubrik Visual Interaktif Kompas. Dalam pendapatnya Moloeng (2011) menyatakan bahwa Pendekatan kualitatif adalah penelitian yang bermaksud untuk memahami fenomena tentang apa yang dialami oleh subjek penelitian misalnya perilaku, persepsi, motivasi, Tindakan dan lain-lain secara holistik dan dengan cara deskripsi dalam bentuk kata-kata dan bahasa, pada suatu konteks khusus yang alamiah dan dengan memanfaatkan berbagai metode alamiah. Hal ini sejalan dengan fenomena yang peneliti temukan pada konten newsgame dalam Visual Interaktif Kompas dimana peneliti melihat perubahan cara kerja media dan konten yang dihasilkan karena digitalisasi. Pendekatan ini dipilih peneliti karena pendekatan kualitatif dilakukan secara utuh terhadap subjek penelitian dimana peneliti menjadi instrumen kunci yang kemudian hasil pendekatan yang ditemukan tersebut dapat diuraikan peneliti dalam bentuk kata-kata yang tertulis secara empiris.

G.3 Metode Penelitian

Penelitian ini menggunakan pendekatan penelitian studi fenomenologi yang dikemukakan oleh Alfred Schutz. Pendekatan studi fenomenologi ini merupakan jenis pendekatan yang digunakan untuk mendapatkan penjelasan dari realitas yang tampak. Fenomenologi berusaha mencari pemahaman

bagaimana manusia mengkonstruksi makna dan konsep penting dalam kerangka intersubjektivitas, yaitu pemahaman mengenai dunia yang dibentuk oleh hubungan dengan orang lain (Kuswarno, 2009 : 2).

Inti dari pemikiran Schutz adalah bagaimana memahami tindakan sosial melalui penafsiran. Proses penafsiran dapat digunakan untuk memperjelas atau memeriksa makna yang sesungguhnya, sehingga dapat memberikan konsep kepekaan yang implisit. Schutz meletakkan hakikat manusia dalam pengalaman subjektif, terutama ketika mengambil tindakan dan mengambil sikap terhadap dunia kehidupan sehari-hari. Dalam hal ini, Schutz mengikuti pemikiran Husserl, yaitu proses pemahaman aktual kegiatan kita, dan pemberian makna terhadapnya, sehingga terrefleksi dalam tingkah laku (Kuswarno, 2009 : 18).

Pendekatan yang dipilih peneliti berupa studi fenomenologi ini akan sangat membantu peneliti dalam menguraikan pertanyaan dan pembahasan penelitian dimana melalui metode tersebut masalah penelitian akan dapat terpaparkan secara menyeluruh dan mendalam.

G.4 Jenis Data dan Sumber Data

a. Jenis Data

Berdasarkan pendekatan yang peneliti pilih dalam mengolah riset yang akan dilakukan yakni melalui pendekatan kualitatif. Maka, peneliti akan mengumpulkan berbagai jenis data kualitatif sebagai kekayaan referensi dan kekuatan data dalam riset yang dilakukan ini.

b. Sumber Data

1) Sumber Data Primer

Sumber data pertama dari penelitian ini adalah artikel dan tim redaksi *newsgame* yang dimuat dalam rubrik Visual Interaktif Kompas.

2) Data Sekunder

Sumber data kedua dari penelitian ini berupa website Kompas.com

G.5 Informan

a. Informan

Pada penelitian ini informan yang dipilih oleh peneliti adalah orang-orang yang benar-benar mengetahui dan menguasai serta terlibat langsung dalam penyusunan konten *newsgame* yakni tim redaksi Visual Interaktif Kompas (VIK)

b. Teknik Penentuan Informan

Dalam Sugiyono (2013) Spradley menyebutkan bahwa dalam sebuah penelitian yang menggunakan kualitatif sebagai pendekatan tidak ada istilah populasi, tetapi dinamakan dengan sebutan “*social situation*” yang ini terdapat tiga unsur lain didalamnya yaitu *place* (tempat), *actors* (pelaku), dan *activity* (aktivitas) yang saling berhubungan secara sinergis. Adapun orang-orang yang akan dipilih peneliti dalam menentukan informan ialah tim redaksional konten *newsgame* yang dimuat dalam Visual Interaktif Kompas.

G.6 Teknik Pengumpulan Data

Pengumpulan data dalam penelitian ini adalah dengan menggunakan cara pengamatan, melalui wawancara dan observasi.

1) Observasi

Observasi menurut Lexy J. Moloeng (2011) yaitu pengamatan yang meliputi kegiatan pemusatan perhatian terhadap suatu objek dengan menggunakan seluruh alat indera dimana teknik ini memungkinkan peneliti merasakan apa yang dirasakan dan dihayati oleh subjek. Sehingga memungkinkan pembentukan pengetahuan yang diketahui bersama, baik dari pihaknya maupun dari pihak subjek.

2) Wawancara

Fitriawan (2019) dalam risetnya menyatakan bahwa wawancara adalah satu dari sekian banyaknya teknik dalam mendapatkan dan mengumpulkan data melalui percakapan secara langsung antara pewawancara dengan narasumbernya (Djamal, 2015:75). Dengan kemajuan teknologi informasi seperti saat ini, wawancara bisa saja dilakukan tanpa tatap muka, yakni melalui media telekomunikasi. Pada hakikatnya wawancara merupakan kegiatan untuk memperoleh informasi secara mendalam tentang sebuah isu atau tema yang diangkat dalam penelitian. Atau, merupakan proses pembuktian terhadap informasi atau keterangan yang telah diperoleh lewat teknik yang lain sebelumnya. (Rahardjo, 2011)

Teknik wawancara yang digunakan peneliti dalam penelitian ini adalah pendekatan dengan menggunakan petunjuk umum wawancara. Peneliti akan melakukan wawancara dengan pihak tim redaksi yang menangani konten newsgame dalam rubrik Visual Interaktif Kompas (VIK).

3) Studi Dokumentasi

Guba yang dikutip Bungin (2007) menyatakan bahwa tingkat kredibilitas hasil penelitian kualitatif sedikit banyak ditentukan pula oleh penggunaan dan pemanfaatan dokumen yang ada. Ini membuat penggalian sumber data melalui studi dokumen menjadi pelengkap bagi proses penelitian kualitatif (Nilamsari, 2014 : 178).

Dokumen dapat berbentuk tulisan, gambar, dan karya. Bentuk tulisan, seperti; catatan harian, life histories, ceritera, biografi, peraturan, kebijakan, dan lainnya. Bentuk gambar, seperti; foto, gambar hidup, sketsa, dan lainnya. Bentuk karya, seperti; karya seni berupa gambar, patung, film, dan lainnya. (Sugiyono, 2005 : 82).

Dalam hal ini peneliti memanfaatkan website milik Kompas.com sebagai sumber data yang digunakan untuk melengkapi penelitian, baik berupa sumber tertulis, gambar (foto), dan karya-karya monumental, yang semuanya itu memberikan informasi bagi proses penelitian.

G.7 Teknik Analisis Data

Adapun menurut Sugiyono (2010) analisis data dalam penelitian kualitatif adalah proses mencari dan menyusun secara sistematis data yang diperoleh melalui wawancara mendalam, catatan lapangan, dan bahan-bahan lain,

sehingga mudah dipahami, dan hasil temuannya dapat disampaikan kepada orang lain. (fitriawan : 2019)

Fitriawan (2019) menyatakan dalam penelitiannya bahwa teknik analisis data di lapangan Model Miles dan Huberman. Miles dan Huberman (1984) dalam (Sugiyono, 2013:246) mengemukakan bahwa aktivitas dalam analisis data kualitatif dilakukan secara interaktif dan berlangsung secara terus menerus sampai tuntas, sehingga datanya sudah jenuh. Aktivitas dalam analisis data pada penelitian ini adalah dengan melakukan data *reduction*, data *display*, dan *conclusion drawing/verification*.

a. Reduksi Data (*Data Reduction*)

Reduksi data dalam Rajaali (2018) adalah proses pemilihan, pemusatan perhatian pada peyederhanaan, pengabstrakan dan transformasi data kasar yang muncul dari catatan-catatan tertulis di lapangan. Reduksi data meliputi kegiatan meringkas data, mengkode, menelusuri tema, dan membuat gugus-gugus dan proses ini berlangsung terus menerus selama penelitian berlangsung.

b. Penyajian Data (*Data Display*)

Setelah melakukan penyederhanaan dari reduksi data selanjutnya ialah penyajian data, ini adalah kegiatan ketika sekumpulan informasi disusun, sehingga memberi kemungkinan akan adanya penarikan kesimpulan dan pengambilan Tindakan. Biasanya bentuk penyajian data pendekatan kualitatif dapat berupa teks narati (catatan lapangan), matriks, grafik jaringan, dan bagan.

c. Menarik Kesimpulan (*Conclusion Drawing/Verification*)

Kesimpulan dapat menjawab rumusan masalah apabila didukung oleh bukti-bukti yang valid dan bersinambungan dengan proses pengumpulan data. Dengan hal tersebut maka kesimpulan yang nantinya akan dikemukakan menjadi kesimpulan yang kredibel (Sugityono : 2013). Yang akan dipaparkan dalam penarikan kesimpulan adalah menjelaskan hasil penelitian dengan deskripsi atau gambaran yang sebelumnya masih terlihat belum jelas menjadi lebih rinci dan jelas.

