

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Media di Indonesia mulai mengkhawatirkan dengan narasi yang dibuat untuk menggiring ke sebuah kepentingan sang pemilik seperti, kepentingan politi, ekonomi, kekuasaan hingga tujuan untuk melakukan pemasaran. Hal tersebut harusnya menjadi pembelajaran yang sangat berharga bagi pengelola media *online*. Sebab, setelah media cetak meredup kini tergantikan oleh media daring yang berkembang.

Menurut Charles R.Wright mengatakan bahwa kemajuan utama dalam teknologi media massa telah terjadi selama dasawarsa terakhir ini yang menjanjikan perubahan bentuk dan kekuatan media massa. Media baru cenderung mengarah pada kebaikan tren yang relatif setara dari media konvensional.¹

Media baru di Indonesia terus melonjak naik setiap tahunnya berkaitan dengan ketersediaan infrastruktur yang makin meluas, terjangkau dan murah. Berdasarkan hasil survei Asosiasi Penyelenggara Jasa Internet Indonesia (APJII) menunjukkan Indonesia termasuk yang teraktif berkomunikasi di internet. Pada tahun 2017 jumlah pengguna internet di Indonesia telah mencapai 143,26 juta, meningkat dibanding tahun 2016 yang mencapai 132,7 juta angka ini hampir 54,68 & dari total populasi masyarakat Indonesia.²

¹Fajar Marhaeni, *Ilmu Komunikasi: Teori dan Praktik*, (Jakarta: Remaja Rosdakarya, 2009), hlm. 292.

²Aliansi Jurnalis Independen (AJI) Indonesia, *Media Online: Pembaca, Laba dan Etika (Problematika Praktik Jurnalisme Online di Indonesia)*, (Jakarta: Aliansi Jurnalis Independen (AJI) Indonesia, 2017), hlm. 6.

Seiring dengan pertumbuhan pengguna internet yang demikian pesat, masyarakat menginginkan hal-hal yang serba cepat dan hanya media *onlinel*ah yang sanggup melayani masyarakat yang serba terburu-buru. Dengan penyajian berita sepotong, dua atau tiga alinea, masyarakat disugahi berita baru oleh media-*mediaonline*. Masyarakat dapat mengakses informasi dan memenuhi keingintahuan dengan mudah, meskipun dahaga informasi belum tentu sepenuhnya terpenuhi. Kepuasan masyarakat untuk meneguk informasi tidak cukup dilayani dengan kecepatan saja, tetapi juga keakurasian, keakuratan, keberimbangan dan kedalaman.

Salah satu kelebihan media online untuk mendapatkan viewer adalah pada tampilan karakter secara visual dapat dibuat lebih mencolok sebagai bentuk bisnis. Beberapa tahapan yang harus memperhatikan seperti : pengelolaan viewer, penyajian tampilan halaman (layout), menjaga mutu konten karena publik saat ini cenderung mencari bahan bacaan yang sederhana dan tidak membuat pandangan lelah serta penyajian berita harus disertai pemilihan isu yang matang.³

Jurnalisme yang mengemban kepentingan publik adalah tantangan utama dari industri media saat ini. Ditengah persaingan ketat antar media ataupun sesama jenis media, kerap kali yang dikedepankan adalah kepentingan bisnis semata. Seorang redaktur media online sangat tergantung dari jumlah klik yang diberikan oleh pembaca dimanapun. Satu item berita dipatok harus bisa meraih 10.000 klik atau 1.000.000 klik dalam sehari per media.⁴

³Ismail, *Jurnalistik Masa Kini*, (Jakarta: Ghalia Indonesia, 2017), hlm. 11.

⁴Ignatius, Haryanto, *Jurnalisme Era Digital*, (Jakarta: PT.Kompas Media Nusantara, 2014), hlm. 75.

Artinya media saat ini merujuk pada fenomena yang disebut dengan jurnalisme umpan klik (*clickbait*) dimana fenomena ini memang menaikkan jumlah pengunjung, tetapi tidak menciptakan *customer*. Pembaca akan mengabaikan media penganut jurnalisme umpan klik karena merasa dirinya dianiaya, ditipu dan muak. Ketika pembaca mulai tertarik dengan judul yang kemudia mendapati kontennya tidak se-bombastis judulnya, itu akan menurunkan brand atau kredibilitas media yang mungkin bisa dianggap hoaks. Bahwasanya kredibilitas merupakan komponen penting dalam sebuah industri media, terkadang wartawan media online sering melupakannya demi mengejar kecepatan dan aktualitasnya saja yang dikedepankan.⁵

Pada perwajahan situs berita saat ini cenderung menghadirkan judul berita yang terkesan bombastis, berlebihan (hiperbola) ketika dibaca isi berita tidak sesuai dengan judul yang dibuat. Fenomena semacam ini menjadi realitas yang dialami oleh khalayak pembaca media online sehari-hari. Pada terminologi tersebut konsumen paling dirugikan sedangkan produsen yang paling diuntungkan. Bagi konsumen merasa telah mengeluarkan waktu yang mendapatkan informasi yang berkualitas sesuai dengan harapan dan kebutuhan. Karena masyarakat tidak ingin sekedar mendapatkan berita-berita yang bersifat informatif yang hanya mengupas kulit luarnya saja, tetapi menginginkan pers mampu mengupas “suatu peristiwa” secara tuntas dan mendalam. Kenyataannya

⁵Canggi, *Kredibilitas Pemberitaan Pada Portal Berita Online Kompas.com*. Skripsi Komunikasi, Fakultas Dakwah dan Komunikasi UIN Alauddin Makasar, 2014.

justru pihak produsen belum bisa memberikan layanan informasi seperti yang diharapkan pembacanya.⁶

Hubungan antara jurnalisme umpan klik (*clickbait*) dengan strategi media akan melihat cara suatu media itu bekerja menyajikan pemberitaan publik. Apakah yang berperan dalam pembuatan *clickbait* ini berasal dari redaktur atau dari awal reporter memang sudah dibekali dengan kemampuan jurnalisme umpan klik (*clickbait*) ?

Konsekuensinya, reputasi media penganut jurnalisme umpan klik rendah. Wartawannya dinilai tidak profesional, tidak memahami ilmu jurnalistik melainkan sebagai internet marketer atau “sales promosi berita”. Fenomena jurnalisme umpan klik dibiarkan bertahan dan berkembang, maka wartawan tidak perlu lagi belajar jurnalistik. Peralnya, dengan orientasi klik menganut slogan “*click is the king*”. Karena sebuah klik akan menghasilkan pageview ini berpengaruh pada grafik. Maka dalam menulis berita kita tidak lagi memerlukan prinsip dan kaidah jurnalisme.⁷

Berdasarkan hasil peringkat dari Alexa.com, portal Assajidin Group menjadi salah satu media online yang patut untuk diperhitungkan dan bisa menjadi rujukan bisnis bagi para pembaca. Berikut kami sampaikan catatan Alexa.com tercatat tanggal 18 Maret 2019 Assajidin.com berhasil menduduki peringkat 1 di

⁶Badan Litbang Penerangan, Jurnal Penelitian Media Massa: *Reportase Investigatif sebagai Alternatif Pilihan Penyajian Berita Pers (studi tentang Kajian Pakar komunikasi dan partisi pers terhadap penyajian berita pers*, (Surabaya: Balai Penelitian Pers dan Pendapat Umum, 1999), vol.2 no.5.

⁷Asep Syamsul, *Praktisi Media & Trainer Komunikasi dalam Diskusi Trend Meida Online*, UIN Bandung, 2017.

Palembang dengan menempati posisi 14.574 disusul oleh Sumselupdate.com diperingkat 2 menempati posisi 15.339 peringkat Indonesia.

Alexa rank atau peringkat Alexa adalah sebuah peringkat yang dibuat oleh Alexa.com untuk website atau blog berdasarkan banyaknya trafik atau kunjungan terhadap website atau blog tersebut. Alexa sendiri awalnya adalah perusahaan di California yang didirikan pada tahun 1996 dan diambil alih oleh Amazon pada tahun 1999. Alexa memang fokus di bidang pengumpulan data *traffic website*. Alexa menyediakan data *traffic*, rangking situs web secara global maupun dalam satu negara tertentu, dan berbagai informasi lainnya pada lebih dari 1.167.965.394 situs web yang terdaftar di *internetlivestats.com*.⁸

Dalam hal ini wartawan berita harus menulis dan menyampaikan beritanya dengan penuh kejujuran. Wartawan jika ingin memahami realitas dari suatu peristiwa sosial, budaya, politik yang terjadi harus berbijak pada kode etik yang menjadi landasan dalam melaksanakan tugas profesinya. Media Assajidin memiliki penerapan yang konseptual dalam susunan redaksi seluruh kru pada PT. Al-Mudatsir media komunikasi Assajidin.com, terutama pada wartawan berita dan repoter yang memiki peran aktif dalam mengembangkan kemajuan pada media *online* Assajidin.⁹

Berdasarkan permasalahan diatas yang berhubungan dengan media jurnalistik, maka penulis mengambil judul skripsi **“Strategi Wartawan Dalam Meliput Berita Aktual *“Success Story”* di Assajidin.com**

⁸<https://maklumatnews.com/2019/03/20/portal-assajidin.com-terpopuler-ini-dia-daftar-peringkat-media-online-di-palembang>, diakses pada tanggal 21 Juni 2020.

⁹ Wawancara kepada salah satu wartawan Wilda Awwaliyah, Majalah di Assajidin.com, Di akses tanggal 2 Februari 2020).

B. Batasan Masalah

Adanya batasan permasalahan dalam penelitian ini mengenai strategi wartawan berita dalam meliput berita aktual "*Succes Story*" dikarenakan keterbatasan waktu peneliti hanya meneliti jumlah surat kabar yang diterbitkan di Assajidin.com cukup luas, untuk itu peneliti hanya meneliti tentang strategi yang dilakukan wartawan dalam meliput berita yang teraktual mengenai "*Succes Story*" dengan beberapa cantuman judul yang berhubungan dengan satu buahMajalah "*Succes Story*". Pada reporter di. Assajidin.com tersebut. Jenis penelitian yang digunakan ialah penelitian kualitatif, yang melakukan wawancara mendalam tentang strategi atau argument wartawan berita teraktual pada reporter. Responden dalam penelitian ini adalah Reporter di Assajidin.com.

C. Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang di atas, maka rumusan masalah dalam penelitian yaitu Bagaimana Strategi Wartawan Dalam Meliput Berita Aktual "*Success Story*" di Assajidin.com?

D. Tujuan dan Manfaat Penelitian

Tujuan dari penulisan penelitian ialah untuk mengetahui strategi wartawan dalam meliput berita aktual "*Success Story*" di Assajidin.com. Berdasarkan pada perumusan masalah diatas, maka tujuan penelitian ini adalah :

1. Tujuan Penelitian

Berdasarkan perumusan masalah di atas maka dapat dijelaskan tujuan penelitian yaitu Untuk mengetahui Strategi Wartawan Dalam Meliput Berita Aktual “*Success Story*” di Assajidin.com.

2. Manfaat penelitian

Berdasarkan latar belakang dari permasalahan di atas dapat menjelaskan mengenai manfaat dari penelitian.

a. Secara teoritis

Penelitian diharapkan dapat memberikan pengetahuan dalam aspek teoritis (keilmuan) yaitu bagi perkembangan ilmu pengetahuan terlebih lagi bagi kajian dalam meliput berita (wartawan). Disamping itu diharapkan dapat menjadi acuan (*referensi*) sebagai bahan perbandingan bagi peneliti selanjutnya yang melakukan penelitian yang sama.

b. Secara praktis

1. Bagi Peneliti

Penelitian ini diharapkan dapat memberi masukan bagi wartawan berita majalah “*Success Story*” di Assajidin.com.

2. Bagi perusahaan Assajidin.com

Baik wartawan berita, reporter, pemimpin umum, pimpinan redaksi, serta pimpinan perusahaan dalam menentukan sebuah perencanaan demi kemajuan Majalah “*Success Story*” di Assajidin kedepannya.

3. Bagi mahasiswa

Khususnya jurusan jurnalistik berminat dalam meneliti tentang strategi wartawan dalam pencarian berita dengan mencantumkan berita teraktual dan fakta sebagai bahan acuan penelitian yang akan datang.