

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Masalah

Informasi adalah kunci dari segala sesuatu pengetahuan. Pada dasarnya, semua manusia membutuhkan informasi. Masyarakat pelosok pun saat ini sudah banyak cara untuk mendapatkan kebutuhan informasi mereka masing-masing. Media massa sebagai salah satu sumber informasi dalam menjalankan suatu komunikasi didapatkan melalui dua saluran media, yaitu media elektronik (Televisi, Radio, dan Internet) dan media cetak (Koran, Tabloid, dan Majalah). Perkembangan teknologi sekarang ini tumbuh dengan cepat. Munculnya media baru yang disebut dengan internet semakin memudahkan manusia untuk berkomunikasi tanpa mengenal adanya batasan ruang dan waktu. Komunikasi melalui komputer telah menjadi media baru dalam perkembangan kegiatan jurnalistik.

Masyarakat modern tidak hanya membutuhkan suatu pemberitaan yang aktual, akurat, dan menarik saja akan tetapi juga kecepatan pemberitaan. Media massa yang mampu memenuhi kebutuhan tersebut adalah media online. Teknologi internet telah membuat komunikasi menjadi lebih mudah dan lebih murah. Ini telah menarik banyak orang dan telah merambah ke kehidupan sehari-hari.

Internet telah membawa perubahan besar dalam berbagai aspek kehidupan masyarakat modern. Hubungan sosial, perilaku politik, model bisnis, hingga praktik jurnanisme saat ini jauh berbeda dibandingkan dengan keadaan pada awal 2000-an. Dalam jurnanisme, salah satu hal yang paling mencolok adalah redupnya bisnis media cetak di beberapa negara. Khalayak lebih memilih informasi yang disediakan secara gratis oleh internet. Pemain baru di media online atau *online media* bermunculan, dan perlahan menggantikan peran surat kabar dan majalah yang dahulu mendominasi perhatian khalayak (Wendratama, 2017:2). Di sisi lain, jurnanisme *online* bisa digunakan untuk mendukung media penyiaran, misalnya, melalui situs berita yang dibuat stasiun radio dan televisi. Dengan ini, liputan jurnalis media penyiaran yang sebelumnya “langsung menguap” setelah disiarkan bisa tercatat dalam wujud teks dan multimedia sehingga bisa selalu diakses khalayak. Semua pemain media *online*, baik yang bermigrasi dari media cetak, berasal dari media penyiaran, ataupun asli daring, dituntut untuk memaksimalkan keberadaan internet dan berbagai kecakapan digital pendukung jurnanisme. Media *online* yang berhasil adalah yang bisa memanfaatkan kelebihan internet semaksimal mungkin, secara terus menerus untuk melayani kebutuhan dan keinginan khalayak. Ini tuntutan yang mau tidak mau harus dijalani perusahaan media.

Pengertian jurnalistik secara umum adalah teknik mengelola berita mulai dari mendapatkan bahan sampai menyebarkanluaskannya kepada masyarakat. Dari pengertian tersebut bisa diartikan jurnalistik *online* adalah proses pengumpulan, penulisan, penyuntingan, dan penyebaran berita secara *online* di internet.

Jurnalistik *online* merupakan sebagian dari ilmu jurnalistik (komunikasi). Jurnalistik *online* seperti Detikcom hadir dengan karakteristik yang berbeda dengan jenis jurnalistik sebelumnya. Jurnalisme *online* di sini menggabungkan semuanya, mulai dari teks, gambar, suara, video, grafis yang biasanya juga disebut sebagai jurnalisme media. Dengan demikian, wartawan *online* tidak seperti wartawan media cetak yang fokus pada teks dan gambar (foto), reporter radio yang fokus hanya ke audio, dan jurnalis televisi yang fokus ke video, Jurnalis *online* fokus pada semuanya. Dan juga menentukan *platform* yang tepat untuk menyebarkan sebuah berita, apakah dalam bentuk tulisan, gambar, grafis, audio, atau gabungan semuanya. Selain itu, karya jurnalistik dalam Detikcom bukan hanya tersaji untuk pembaca (manusia), tetapi juga harus mampu dibaca oleh mesin pencari seperti Google dan Yahoo.

Begitu banyak manfaat yang dapat diberikan oleh media *online* terhadap masyarakat. Media *online* menawarkan berbagai kemudahan dalam hal mencari berita, bergaul dan berbisnis ini sudah menjadi sahabat terbaik bagi masyarakat. Melalui media *online*, masyarakat dapat dengan mudah mengakses informasi baik dari dalam negeri maupun luar negeri, semua itu mudah dapat diakses dengan cepat tanpa membutuhkan biaya yang mahal. Media *online* menawarkan sebuah kesempatan berkomunikasi yang mampu menembus ruang dan waktu.

Media *online* seperti portal berita Detikcom sudah menjadi media yang tidak asing lagi dalam masyarakat. Berbagai informasi dan berita yang menjadi pembicaraan terhangat dari segala penjuru oleh portal berita ini, dan dapat diakses dengan daya kerja media *online*. Detikcom merupakan portal berita online

terpopuler di Indonesia. Dengan sajian lengkap pertama kali diakses tanggal 9 Juli 1998, didirikan oleh Budi Darsono, Yayan Sopyan, Rahman dan Didi Nugrahandi yang berlatar belakang wartawan. Pada tanggal 3 Agustus 2011 Detikcom resmi berada dibawah Transcorp. Keunggulan Detikcom selain memberikan Informasi yang didapat dari masyarakat, *update* dilakukan dalam waktu 24 jam secara terus menerus, selain itu berita yang dimuat, ditulis singkat padat dan jelas sehingga mudah dipahami oleh masyarakat pembaca. Mudah mengaksesnya, dan bisa dinikmati berbagai macam teknologi baik komputer maupun telpon genggam dan didukung oleh wartawan-wartawan yang memiliki tingkat profesionalisme tinggi sehingga mampu menyajikan berita yang bermutu.

Salah satu aspek agar berita menarik dan penting dibaca adalah adanya nilai berita di dalamnya. Keberadaan nilai berita ini yang membuat satu peristiwa menjadi layak untuk ditulis menjadi berita. Meskipun terlihat sederhana, tetapi jika dalam sebuah fenomena ada nilai beritanya, maka seorang wartawan tidak perlu ragu untuk menulisnya menjadi berita. Dengan demikian, sebuah berita idealnya memiliki nilai berita yang membuat masyarakat umum tertarik untuk membacanya (Fikri, 2016:137). Golding dan Elliot (1997) menunjukkan. Nilai berita berasal dari pragmatisme pekerjaan dan asumsi asumsi yang menyertainya. Dalam hal ini, mendeskripsi elemen *audience*, yakni dalam hal : perhatian, pemahaman, kesenangan, dan dirasakan relevansinya dalam Santana,(2017:105).

Sejak kemajuan teknologi, perkembangan komunikasi mengalami banyak perubahan. Perubahan informasi tersebut mempengaruhi masyarakat. Setiap kegiatan yang orang lakukan tidak terlepas dengan munculnya informasi

informasi baru setiap harinya. Hal tersebut menjadikan informasi menjadi hal yang penting dan perlu diketahui dalam kegiatan masyarakat. Pada kenyataannya banyak orang yang mencari informasi dengan berbagai macam, di antaranya para mahasiswa jurnalistik USNI kampus A dan B yang ingin mengembangkan kemampuannya dalam menulis berita berbasis online dengan menjadikan Detikcom sebagai media belajar.

Detikcom membidik pembacanya dari usia 15 tahun keatas dari kelas menengah atas, atau yang dikenal dalam istilah pemasaran, sebagai kelompok SES (Status Ekonomi Sosial) A, B dan C. Selain itu, Detikcom juga memiliki jangkauan yang luas dan dapat diakses kapanpun dan dimanapun selama 24 jam dengan gadget dan PC. Ciri khas Detikcom yang hanya mengeluarkan berita sedikit demi sedikit, tetapi tetap update setiap detiknya menjadi sebuah kelemahan karena, berita yang dikeluarkan Detikcom tidak mendalam. Detikcom memiliki beberapa ciri khas, yaitu :

1. Membuat media online berbeda dengan media massa konvensional yaitu dengan adanya interaksi dengan audiens. Audiens dapat memberikan komentar pada berita yang disajikan.
2. Dari segi judul, Detikcom memiliki ciri khas yang dimana judul berita tersebut dibuat dengan sangat sederhana dan padat, serta tentunya tepat sasaran. Judul yang mereka buat sangat mencerminkan isi beritanya dan penulisan beritanya pun mengikuti EYD sesuai dengan aturan yang terdapat pada jurnalistik online.

3. Detikcom tidak hanya menampilkan artikel saja tetapi juga menampilkan video. Detikcom menyediakan kolom tersendiri dibawah artikel tentang video yang terkait dengan artikel tersebut. Jadi pembaca dapat membaca sekaligus melihat video yang telah disediakan oleh Detikcom.
4. Kanal berita yang ditawarkan lebih variatif, sehingga banyak pilihan berita yang dilihat. Yang lebih ditonjolkan pada Detikcom yaitu *entertain* atau hiburan.



Alasan penulis memilih portal berita *online* Detikcom ini sebagai objek penelitian skripsi penulis karena Detikcom merupakan portal web yang sangat diminati, merupakan situs web nomor satu di Indonesia, memiliki banyak konsumen di seluruh Indonesia, dan portal media *online* Detikcom ini menjadi salah satu media pembelajaran mahasiswa jurnalistik USNI kampus A dan B, tentang bagaimana cara menulis berita *online* yang baik dan benar, khususnya nilai-nilai jurnalistik yang terkandung di dalamnya yang meliputi Aktualitas, Akurasi, *Cover both side*, *Magnitude*, *Proximity*, *Prominence*, Relevan dan Konflik. (Sudibyo, 2009:230).

Aktualitas artinya, berita tentang sesuatu itu masih baru dan belum pernah disiarkan/di publikasikan sebelumnya. Suatu berita bernilai aktualitas tinggi apabila disajikan dengan jarak waktu tidak terlalu lama dengan kejadian peristiwa/ucapan itu. Makin singkat akan makin tinggi nilai aktualitas suatu berita. (Mahi, 2018:155). Akurasi adalah suatu nilai dasar (Fundamental Value) yang harus selalu diterapkan tanpa syarat, baik oleh wartawan maupun editor. Akurasi

adalah juga standar etik, disamping standar profesional dan operasional yang harus diterapkan oleh para wartawan. (Ishwara, 2011:40). Istilah Cover Both Side merupakan reportase yang memberikan ruang kepada kedua pihak, baik narasumber yang pro, maupun narasumber yang kontra, dengan demikian berita menjadi berimbang atau tidak berat sebelah. Misalnya adalah mengenai kenaikan BBM. Untuk mendapatkan pemberitaan yang berimbang, maka stasiun televisi harus mengundang atau mewawancarai narasumber yang mendukung kebijakan kenaikan BBM dan juga narasumber yang tidak mendukung kebijakan tersebut. (Brilianto, 2016:15). *Magnitude* yaitu kejadian yang berkaitan dengan hal-hal besar secara kuantitatif, yang berarti bagi kehidupan manusia, akan menarik dan menggugah rasa ingin tahu pembaca. (Tahrin, 2016:72). *Proximity* adalah kejadian yang dekat dengan pembaca akan menarik perhatian pembaca. Kedekatan yang dimaksud bisa bersifat baik geografis maupun emosional. *Prominence* adalah hal-hal yang terkenal atau sangat dikenal pembaca, seperti orang, benda, atau tempat, memiliki nilai berita tinggi. Dan konflik adalah suatu berita seperti perang, perkelahian, pergulatan, dalam bidang politik, bisnis, olah raga bahkan cinta sangat menarik minat pembaca (Tahrin, 2016:72).

Berdasarkan fenomena yang telah dipaparkan diatas maka penelitian ini bertujuan untuk mengetahui seberapa jauh persepsi mahasiswa jurnalistik Universitas Satya Negara Indonesia tentang nilai-nilai portal berita *online* di Detikcom.

1.2 Rumusan Masalah

Dari uraian latar belakang di atas, dapat diambil suatu perumusan masalah yaitu:

1. Apa persepsi mahasiswa Jurnalistik Universitas Satya Negara Indonesia tentang nilai-nilai berita *online* di Detikcom ?
2. Apa alasan yang mendorong mahasiswa Ilmu Komunikasi Jurnalistik Universitas Satya Negara Indonesia untuk menggunakan portal berita *online* Detikcom, dan menjadikannya sebagai referensi dalam pencarian informasi?

1.3 Tujuan Penelitian

Adapun tujuan dari penelitian ini adalah untuk:

1. Mengukur persepsi mahasiswa jurnalistik Universitas Satya Negara Indonesia tentang nilai berita portal berita *online* Detikcom
2. Mengetahui kepuasan mahasiswa jurnalistik Universitas Satya Negara Indonesia menggunakan portal berita *online* Detikcom, dan menjadikannya sebagai referensi dalam pencarian informasi

1.4 Manfaat Penelitian

1.4.1 Manfaat Teoritis

Melihat penulis berharap penelitian ini dapat menjadi acuan serta saran bagi penelitian-penelitian komunikasi yang berkaitan dengan analisis deskriptif kuantitatif yang berlatar belakang nilai-nilai berita *online* Detikcom.

1.4.2 Manfaat Praktis

a. Bagi penulis, manfaat praktis yang diharapkan adalah :

1. Menambah pemahaman penulis terhadap perkembangan media *online*.
2. Menambah kemampuan penulis dalam menyusun berita berbasis *online*.
3. Menambah pengalaman praktis dalam melakukan penelitian terhadap perkembangan media online yang semakin berkembang di Indonesia.

b. Manfaat Teoritis : Penulis berharap hasil penelitian ini dapat memberikan masukan yang akan melakukan penelitian sejenis serta pendalaman studi komunikasi.