

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar belakang

Jurnalistik adalah bidang yang berkaitan dengan pengumpulan, penyuntingan, dan penyampaian informasi kepada publik. Latar belakang jurnalistik melibatkan sejarah, prinsip, nilai, dan perkembangan yang telah membentuk profesinya selama bertahun-tahun hingga kini perkembangannya masuk ke dalam era *new media*

Seiring munculnya perkembangan teknologi di era konvergensi, mediapun mengalami perkembangan yang dinamis. Adanya internet memunculkan perubahan ruang artikel untuk selalu berinovasi menghadirkan artikel yang lebih cepat kepada masyarakat dengan berbagai sumber artikel.

Hadirnya era *new media* juga menciptakan sebuah fenomena baru dimana penerima informasi (*user*) dapat merespons atau memberi tanggapan secara langsung terhadap sebuah isu. *User* kini secara tidak langsung memiliki peran ganda yaitu sebagai komunikator, dimana ia mampu berperan sebagai penerima pesan dari sebuah isu yang beredar, dan kemudian menjadi pemberi informasi dalam bentuk opini kepada *audiens* lainnya yang pada akhirnya membuat isu tersebut menjadi ramai diperbincangkan, dan naik ke permukaan. Disinilah opini user terbentuk hingga dapat menggiring opini publik yang kaya akan sumber informasi.

Sumber informasi dibutuhkan dalam membuat sebuah artikel, dimana artikel sendiri merupakan produk utama jurnalistik dalam memenuhi kebutuhan naluri manusia yang ingin tahu dalam memberikan informasi kepada khayalak tentang suatu peristiwa. Seperti menurut Courtis D. MacDougall, “artikel yang dicari oleh seorang reporter merupakan sebuah laporan tentang fakta yang terlibat dalam suatu peristiwa, namun bukan hakiki dari peristiwa itu sendiri”.

Peristiwa merupakan objek utama yang dicari dalam sebuah peliputan, oleh sebab itu seorang jurnalis harus paham apa itu artikel, dan artikel seperti apa yang layak diinformasikan kepada publik. Alasannya karena sebuah artikel akan beredar di ranah publik yang kemudian dikonsumsi secara massal dan bersamaan.

Dinamika jurnalistik sendiri mengalami perkembangan yang cukup kompleks sebagai salah satu aspek yang sering mendapat perhatian dari masyarakat. Jurnalistik diidentikan dengan proses penyebaran artikel di media masa. Ketika media

online hadir sebagai bagian dari era *new media*, maka sekarang dikenal pula dengan adanya jurnalistik media *online*. Di mana setiap media memiliki medium masing-masing untuk menyajikan artikel yang akan dikonsumsi oleh khalayak umum secara *online*. Namun di era *new media*, terdapat pendangkalan kualitas jurnalisme dengan semakin berkembangnya jurnalisme berbasis *online*. Dimana kecepatan atau akurasi dalam penyebaran artikel menjadi suatu hal yang substansial sehingga kerap mengabaikan kelengkapan dan mengorbankan akurasi dari informasi seutuhnya.

Akibat daripada akurasi dalam penyebaran artikel memunculkan tren baru yang menarik dalam perkembangan jurnalisme yang memengaruhi kualitas penulisan artikel dengan semakin memendeknya ukuran dan volume artikel yang disajikan di media *online*. Seperti yang diungkapkan Hall, “*Stories become shorter, requiring a different style of writing to accommodate the need for adding further content as a story develops*”.

Pada unsur keseluruhan, komposisi sebuah artikel harus memenuhi standar 5W+1H dengan tingkat kelengkapan artikel yang sesuai dengan kaidah jurnalistik. Namun perkembangan media *online* saat ini membuat artikel disajikan menjadi lebih pendek dengan gaya yang berbeda dengan tujuan menampung kebutuhan pembaca untuk menambahkan konten agar artikel lebih berkembang dalam artikel-artikel selanjutnya.

Dinamika perubahan tata cara penulisan artikel di era *new media* memang menurunkan kualitas mutu jurnalisme dalam berbagai platform *online*, khususnya pada bagian teknik produksi artikel. Kualitas disajikan lebih rendah sekaligus mengidentifikasi topik penulisan artikel yang lebih mementingkan apa yang ingin dikonsumsi oleh publik, bukan apa yang dibutuhkan oleh publik. Sehingga berbagai inovasi muncul dalam jenis penulisan artikel, yang membuat para jurnalis mengalami kemudahan dalam memperoleh sumber informasi untuk menulis sebuah artikel. Bahkan sumber informasi dari sebuah artikel kadang perlu dipertanyakan kembali kredibilitasnya selama hanya mengedepankan akurasi untuk segera terbit sesuai jadwal dan dapat segera dikonsumsi publik.

Menurut Bill Kovach dan Tom Rosentiel, salah satu elemen penting yang harus dimiliki seorang jurnalis yaitu sikap Independensi terhadap sumber artikel. Hal ini dibutuhkan untuk meminimalisir terjadinya bias informasi. Jurnalis harus bersikap

independent dalam menjaga akurasi data terhadap artikel yang dimuat. Sehingga verifikasi sumber merupakan perihal yang penting untuk harus dilakukan sebelum artikel dipublikasikan kepada khalayak.

Di era *new media*, akurasi data dalam proses penyusunan artikel sudah menjadi hal sekunder, padahal akurasi data merupakan suatu integritas profesi dari seorang jurnalis. Seorang jurnalis harus memiliki keahlian kritis terhadap setiap informasi, serta mahir dalam melakukan verifikasi data untuk mengetahui keabsahan dari artikel yang akan dimuat. Namun di era *new media*, cara kerja jurnalis kini mengalami transformasi dinamis dari segi teknis. Kemudahan yang tersaji akibat adanya internet membuat proses peliputan tidak lagi dilakukan secara manual oleh seorang jurnalis, khususnya pembuat artikel. Proses instan dilakukan tanpa harus mendatangi sebuah peristiwa namun sudah bisa mendapatkan data untuk menuliskan sebuah artikel. Pergeseran inilah yang mengakibatkan adanya revolusi kerja jurnalis terhadap pembuatan karya jurnalistik. Salah satunya ialah menjadikan opini user sebagai sumber informasi sebuah artikel.

Opini user hadir sebagai bentuk baru dalam permodelan jurnalisme media *online* yang terbentuk dari ramainya *traffic* sebuah topik yang dibahas oleh public secara berulang-ulang, yang secara tidak langsung mengartikan bahwa topik tersebut akan menarik banyak *audiens* jika dimuat kedalam sebuah artikel yang akan diviralkan kembali demi memicu respon *audiens*. Dalam kehidupan sosial media sudah menjadi hal yang biasa mengenai opini pro dan kontra dalam sebuah topik artikel.

Ruang virtual menjadi mediasi utama untuk mendapatkan informasi, yang dihuni oleh *virtual society* atau *user*. Gejolak perkembangan artikel tidak lepas dari pengaruh opini *user* yang hadir untuk memberikan respon atau opini terhadap penulisan artikel yang disajikan. Ramai tidaknya sebuah artikel bahkan dinilai dari seberapa banyak *audiens* yang merespon artikel tersebut dilihat melalui *traffic* pengunjung yang hadir dalam situs artikel yang disediakan oleh platform media.

Informasi-informasi untuk menunjang isi artikel didapat melalui isu-isu viral yang ditransformasikan menjadi artikel baru yang siap untuk diviralkan secara aktual. Artikel baru tersebut merupakan sebuah artikel yang berisi konten hasil dari pengolahan isu viral yang beredar di media sosial. Sedangkan sumber artikel berasal dari respon *user* di ruang virtual yang sebenarnya masih dipertanyakan kredibilitasnya,

mengenai kesesuaian dengan kaidah etika jurnalistik yang berlaku. Hasil dari artikel ini maka akan menciptakan isu baru sehingga menimbulkan opini publik hasil *framing audiens* itu sendiri. Dari kasus ini maka terdapat revolusi jurnalisme baru yang semakin berkembang dan inovatif menyesuaikan perkembangan arus digital yang semakin dinamis.

Pada penelitian terdahulu karya Canggi Araliya Aprianti Ode, dengan judul “Kredibilitas Pemberitaan pada Portal Artikel *Online* Kompas.com” (Suatu Studi Analisis Isi) dapat menjadi gambaran dalam mengukur kredibilitas sumber artikel yang terdapat pada media *online* saat ini dengan menggunakan dimensi multi-dimensional yaitu akurasi, bias, kepercayaan, dan kelengkapan. Dari analisis tersebut mendapatkan hasil bahwa media *online* masih memiliki kredibilitas di masyarakat apabila produksi artikel sesuai dengan kaidah jurnalistik yang berlaku.

Data yang diperoleh untuk menunjang informasi artikel bukan lagi bersifat konkret hasil dari observasi di lapangan maupun metode wawancara secara manual. Namun hanya berdasar pada asumsi dari respon user yang berupa opini yang berisi komentar mengenai sebuah isu. Hal tersebut sudah dapat disebut data konkret dan layak dijadikan sumber artikel meskipun user sebagai sumber berupa akun *anonym* atau tidak dikenal, sehingga produksi sebuah artikel tanpa memperdulikan kredibilitas. Fenomena akun tidak dikenal atau *anonym* inilah yang menjadi pergeseran sumber informasi.

Fenomena ini muncul akibat terdegradasinya peran jurnalistik sebagai sebuah media yang *independent* dan *professional*. Ideologi pemilik media juga mempengaruhi kebijakan bisnis, sehingga berefek terhadap jurnalis dalam merespon kebijakan tersebut sehingga berpotensi untuk mengubah wajah penulisan artikel di media jurnalisme *online* yang berakibat pada penurunan kualitas produk jurnalistik. Perubahan tersebut tidak lain mengikuti selera pasar guna menunjang keberlangsungan *traffic* bisnis yang dibutuhkan dalam media.

Pesatnya persaingan situs media *online* sendiri menjadi salah satu faktor beragamnya produk jurnalistik yang tersedia. Sehingga kini media *online* berusaha untuk menyajikan informasi yang semenarik mungkin meskipun tidak memiliki kriteria umum nilai dan unsur kelayakan artikel. Sistem kerja jurnalis kini menjadi semakin mudah karena proses *reportase* atau peliputan tidak hanya di lapangan, tetapi

hanya sebatas di lingkup virtual. Dunia virtual sudah memiliki medium tersendiri dalam menyajikan berbagai peristiwa virtual sebagai sumber data. Menjadikan *user* sebagai masyarakat aktif yang berperan dalam membuat gejolak peristiwa tersebut terjadi.

AyoBandung.com menjadi salah satu portal media *online* yang ramai dikunjungi oleh pembaca di wilayah Kota Bandung untuk dijadikan rujukan dalam memperoleh informasi. AyoBandung.com merupakan anak perusahaan dari AyoMediaNetwork yang memiliki peringkat baik di Ranking Portal Promedia Top 25 di Indonesia versi Similarweb periode April 2023 dengan urutan posisi ke-19. AyoBandung.com menyajikan banyak tema rubrik pilihan, khususnya pada rubrik Artis yang lingkup liputan hanya seputar dunia virtual. Pada konten artikel tersebut berupaya menyajikan ragam artikel selebriti untuk menarik pembaca yaitu dengan menggunakan *user* sebagai sumber data dari artikel yang dibuat. Data yang didapat untuk membuat karya jurnalistik diperoleh dari hasil opini user yang mengomentari atau merespon sebuah isu di media-media sosial. Seorang jurnalis mengambil data berupa opini dari user di media sosial, lalu mengasumsikan data tersebut untuk kemudian diolah menjadi informasi tanpa mengetahui kredibilitas sumber yang didapat.

Kredibilitas sumber artikel menjadi faktor acuan yang penting dalam penulisan sebuah artikel guna menentukan efektivitas suatu komunikasi. Kredibilitas sumber didefinisikan sebagai hal pengidentifikasian suatu sumber informasi agar dianggap kredibel oleh pembaca. Dalam kasus ini, seorang jurnalis akan membuat konklusi sepihak untuk menjadikan akun-akun pemberi opini terhadap suatu isu sebagai data tunggal terhadap artikel yang akan dimuat.

Tolak ukur seorang jurnalis menjadikan opini user sebagai sumber artikel juga masih dinilai bias dan tidak bisa dipertanggungjawabkan. Hanya tanggapan dari satu atau beberapa *user* saja sudah dapat disimpulkan menjadi data yang benar. *Opini* tersebut juga tidak jelas ruang lingkungannya, diambil dari mana dan bagaimana izin dari *user* yang bersangkutan untuk diambil opininya. Kredibilitas sumber artikel perlu ditinjau kembali apakah sudah sesuai dengan kode etik jurnalistik atau justru melanggarnya.

Rubrik artis sendiri merupakan bagian topik media massa yang secara khusus didedikasikan untuk meliput artikel, informasi, dan peristiwa yang berkaitan dengan

dunia seni, selebriti, dan industri hiburan. Tujuan dari rubrik artis yaitu memberikan informasi terkini tentang kehidupan para artis, film terbaru, musik, dan berbagai peristiwa yang terkait dengan industri hiburan.

Jika ditelaah isi dari rubrik artis dapat bervariasi, tetapi umumnya mencakup artikel artis, peristiwa industri hiburan, gossip selebriti, yang biasanya ramai menjadi perbincangan *user* di media online. Namun sayangnya seringkali ditemukan bahwa sumber informasi yang didapat mengenai artikel di rubrik artis bersumber dari sebuah sumber yang belum dapat dipastikan kredibilitasnya, yaitu berasal dari ramainya perbincangan di media online.

Merujuk dari latar belakang studi kasus ini, maka diperlukan adanya perspektif ilmiah yang menjelaskan mengenai ada atau tidaknya pelanggaran etika jurnalistik yang terjadi tentang penggunaan opini *user* sebagai sumber artikel pada media *online*.

Inilah yang menjadi daya tarik penelitian ini, peneliti ingin mendalami tentang fenomena pembuatan produk jurnalistik yang seiring perkembangan zaman semakin beraneka ragam, salah satunya penggunaan opini *user* sebagai sumber artikel di rubrik artis portal media *online* AyoBandung.com. Penelitian ini dilakukan sekaligus untuk melihat bagaimana kredibilitas sumber artikel yang dijadikan sumber informasi terkait verifikasi dan akurasi yang menjadi fokus pertanyaan penelitian.

1.2 Fokus Penelitian

Berdasarkan latar belakang diatas fokus penelitian yaitu mendalami kredibilitas sumber artikel yang berasal dari opini user, serta menjelaskan mengenai etika jurnalistik dalam penggunaan opini *user* untuk dijadikan sumber artikel di rubrik artis, yang dalam penelitian ini portal media *online* AyoBandung.com akan menjadi bahan studi kasus penelitian.

1.3 Rumusan Masalah

Berdasarkan pemaparan latar belakang sebelumnya, maka penelitian dilakukan untuk mengetahui hal sebagai berikut:

1. Mengapa artikel rubrik artis di portal media *online* AyoBandung.com menggunakan sumber informasi yang berasal dari *opini user*?
2. Bagaimana kredibilitas sumber artikel yang berasal dari opini user

pada rubrik artis di Portal Media *Online* AyoBandung.com ?

3. Apakah ada pelanggaran etika jurnalistik dari penggunaan *opini user* sebagai sumber artikel pada rubrik artis di portal media *online* AyoBandung.com?

1.4 Tujuan Penelitian

Berdasarkan perumusan masalah di atas, maka tujuan penelitian ini adalah untuk :

1. Mengetahui mengapa *opini user* digunakan sebagai sumber artikel pada rubrik artis di portal media *online* AyoBandung.com;
2. Mengetahui bagaimana kredibilitas sumber artikel yang diperoleh dari penggunaan *opini user* pada artikel di rubrik artis portal media *online* AyoBandung.com;
3. Mengetahui apakah terdapat pelanggaran etika jurnalistik dari penggunaan *opini user* sebagai sumber artikel pada rubrik artis di portal media *online* AyoBandung.com;

1.5 Manfaat Penelitian

1.5.1 Manfaat Praktis

1. Memberikan pemahaman tentang peran jurnalistik di era *new media* dalam memproduksi sebuah artikel dengan menggunakan kaidah kode etik jurnalistik yang berlaku.
2. Hasil penelitian ini diharapkan bisa memberikan gambaran yang jelas mengenai kode etik jurnalistik sebagai pedoman utama seorang jurnalis dalam memproduksi sebuah artikel.

1.5.2 Manfaat Teoritis

1. Penelitian ini diharapkan bisa memberikan sumbangan pemikiran kepada Ilmu Komunikasi terutama dalam bidang kajian jurnalistik di era *new media* dan perubahan interaksi sosial masyarakat di media *online*.
2. Memberi masukan atau prespektif kode etik jurnalistik di media *online* dalam kasus penggunaan *opini user* sebagai sumber artikel pada media

online AyoBandung.com.

1.6 Sistematika Penelitian

Berdasarkan latar belakang masalah yang dipaparkan tentang fenomena penggunaan opini *user* sebagai sumber informasi artikel di kolom artikel rubrik artis dapat disimpulkan bahwa jenis penelitian ini menggunakan penelitian kualitatif, karena analisis datanya berupa kata-kata tertulis atau lisan, dan mempertimbangkan pendapat orang lain yang disebut narasumber.

Untuk pendekatan penelitiannya yaitu menggunakan penelitian dengan studi kasus yang bertujuan untuk mengetahui tentang suatu hal secara mendalam. Maka dalam penelitian ini, peneliti menggunakan metode studi kasus untuk mengetahui tentang bagaimana penggunaan opini *user* sebagai sumber informasi artikel pada portal media *online*, dengan studi kasus AyoBandung.com.

Adapun sistematika untuk penelitian dengan metode kualitatif sebagai berikut :

- BAB I PENDAHULUAN, terdiri dari latar belakang penelitian, fokus penelitian, rumusan masalah, tujuan penelitian, kegunaan penelitian, sistematika penulisan skripsi, lokasi dan waktu penelitian.
- BAB II TINJAUAN PUSTAKA, terdiri dari rangkuman teori XYZ, kajian/penelitian terdahulu, informan kunci, teknik pengumpulan data, teknik analisis data, teknik keabsahan data.
- BAB III METODE PENELITIAN, terdiri dari pendekatan penelitian, subjek dan objek penelitian, informan kunci, teknik pengumpulan data, teknik analisis data, teknik keabsahan data.
- BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN, terdiri dari objek penelitian, hasil penelitian, dan pembahasan hasil penelitian.
- BAB V PENUTUP, terdiri dari simpulan dan rekomendasi.

1.7 Lokasi dan Waktu Penelitian

Penelitian ini dilaksanakan di perusahaan media *online* AyoBandung.com yang beralamat di Jl. Terusan Halimun No.50, Lkr. Sel., Kec. Lengkong, Kota Bandung, Jawa Barat 40264. Peneliti memasuki area penelitian karena pernah bekerja magang sebagai jurnalis penulis artikel di perusahaan media *online* AyoBandung.com. Penelitian dilakukan dari bulan Maret 2023 s.d September 2023.

Tabel 1.1
Waktu Penelitian

No	Jenis Kegiatan	Maret	April	Mei	Juni	Juli	Agustus	September
1	Observasi awal							
2	Penyusunan usulan penelitian							
3	Pengumpulan Data							
4	Wawancara							
5	Penyusunan Laporan							

Sumber : Data Hasil Olahan Peneliti (2023)