

BAB I

PENDAHULUAN

A. Konteks Penelitian

Perkembangan teknologi komunikasi di era 4.0 pada saat ini mengalami banyak kemajuan. Di era perkembangan teknologi komunikasi pada masa ini menjadikan komunikasi memasuki babak baru, mulai dari perkembangan internet, media sosial dan aplikasi-aplikasi yang memudahkan segala pekerjaan. Saat ini keberadaan internet menjadi sebuah hal yang dibutuhkan di tengah masyarakat modern. Dengan adanya internet, manusia mampu menyebarkan dan menerima pesan tanpa mengenal batasan tempat dan waktu.¹

Salah satu bentuk media massa yang paling umum dan dikenal adalah konten *online*. Kebutuhan untuk terhubung ke jaringan teknologi melalui komputer atau perangkat lain inilah yang membedakan media *online* dari bentuk media lainnya. Kemampuan media internet dalam menyajikan informasi yang aktual, kekinian, dan aplikatif merupakan beberapa dari sekian banyak manfaat yang diberikannya. Media *online* kekinian karena informasi yang dikandungnya dapat diupdate secara berkala. Media web waktu nyata karena dapat menampilkan berita atau informasi di samping peristiwa yang ditemukan. Selain bermanfaat, media internet juga nyaman karena dapat diakses kapan saja dan dari mana saja asalkan ada teknologi

¹ Rizqy, Muhammad, et al. "Pengaruh Media Teknologi Informasi Modern Terhadap Aktivitas Dakwah di Era Revolusi Industri 4.0." *Aladalah: Jurnal Politik, Sosial, Hukum Dan Humaniora* 1.1 (2023): 28

yang dibutuhkan untuk itu.²

Media *online* adalah bentuk komunikasi massa yang disampaikan secara *online* di internet. Contoh media *online* termasuk versi *online* dari publikasi cetak seperti surat kabar dan majalah serta portal berita *online* (situs berita). Dalam pengertian kedua ini, istilah “media *online*” mengacu pada media massa generasi ketiga, yang mengikuti “media cetak” (termasuk surat kabar, majalah, dan tabloid) dan “media elektronik” (radio, televisi, film). "Media online" merujuk pada berbagai jenis media komunikasi yang menggunakan teknologi telekomunikasi dan multimedia berbasis komputer, yang dapat diakses melalui internet. Media online merupakan klasifikasi umum. Dalam pengertian yang luas, istilah ini mencakup portal, situs web (seperti *website* dan *blog*), radio daring, TV daring, *pers online*, *email online*, serta media sosial, termasuk situs seperti *Facebook* dan *Twitter*, di antara contoh lainnya.³

Media *online* dalam pengertian media massa ini juga merupakan produk jurnalistik *online* yang disebut juga *cyber journalism* dan *web journalism*— yaitu "pelaporan fakta atau peristiwa yang diproduksi dan didistribusikan melalui internet". *Cyber journalism* sekarang ini menjadi contoh menarik. Khalayak pengakses media konvergen alias "pembaca" tinggal meng-click informasi yang diinginkan di komputer yang sudah dilengkapi dengan aplikasi internet untuk mengetahui informasi yang

² Syarifuddin Yunus, *Jurnalistik Terapan* (Bogor: Ghalia Indonesia, 2010)h. 32.

³ Romli, Asep Syamsul M. *Jurnalistik online: Panduan mengelola media online*. Nuansa Cendekia, 2018. Hal 5

dikehendaki dan sejenak kemudian informasi itupun muncul. Aplikasi teknologi komunikasi terbukti mampu mempercepat jalur pengiriman informasi media kepada pembacanya.⁴

Media online, dalam konteks media massa, juga merupakan produk jurnalisme online, yang dikenal sebagai jurnalisme siber atau jurnalisme web. Dengan demikian, "pelaporan fakta dan peristiwa yang dibuat dan disebarluaskan melalui Internet" saat ini menjadi contoh menarik. Pemirsa, atau yang dikenal juga sebagai "pembaca," dapat mengakses informasi yang mereka butuhkan dengan mudah hanya melalui klik di komputer yang terhubung dengan aplikasi Internet, yang menunjukkan penerapan teknologi komunikasi yang efisien. Media online juga menjadi sumber informasi pertama dalam pengembangan cerita, karena masyarakat cenderung langsung berbagi informasi yang diperoleh dari media sosial, yang kemudian dapat dijadikan sumber awal. Menurut survei *Hootsuite We Are Social* pada 2019, sekitar 150 juta atau 50% penduduk Indonesia merupakan pengguna aktif media sosial, baik dari kalangan remaja hingga lansia. Platform yang paling sering digunakan antara lain *YouTube*, *WhatsApp*, *Facebook*, dan *Instagram*.⁵

Media sosial telah menjadi salah satu media terlaris saat ini. Manusia pada era teknologi seperti saat ini tidak bisa jauh dari

⁴ Azizah, Nur, and Rocky Prasetyo Jati. "PERAN PEMIMPIN REDAKSI DALAM PENGELOLAAN MEDIA ONLINE ARTNESIA. ID." *PANTAREI* 5.02 (2021). Hal 2

⁵Tekno & Sains, "Riset: 64% Penduduk Indonesia Sudah Pakai Internet", *Kumparan Tech*, 21 Februari 2020 dan Diakses Pada Tanggal 1 November 2021 Pukul 10.17 Wib, url: <https://kumparan.com>

gadget/smartphone. Media sosial saat ini telah memasuki ranah jurnalistik, ranah jurnalistik saat ini sudah banyak bergeser menjadi jurnalistik *online*.⁶ Tidak bisa dipungkiri media *online* pada satu dekade ini menjadi media paling laris dan paling banyak diminati oleh kaum muda khususnya. Pengguna media *online* yang haus akan berita terkini menuntut kanal media *online* seperti *radarkediri* dan *jawapos.com* untuk dapat mengemas dan menyajikan produk informasi yang lebih berinovasi dan canggih, serta tetap memiliki nilai kualitas yang tinggi untuk memenuhi kebutuhan informasi pembaca.

Berita sendiri adalah informasi baru atau informasi tentang peristiwa terkini yang disebarluaskan kepada publik melalui media cetak, radio, internet, atau dari mulut ke mulut. Melaporkan berita merupakan tugas profesional seorang jurnalis. Saat seorang jurnalis melaporkan berita, laporannya dianggap sebagai fakta. Ini adalah konsep modern yang dipilih dengan sengaja oleh editor berita atau media penyiaran, dengan keyakinan bahwa memasukkan elemen berita yang menarik dalam laporan mereka dapat menarik audiens yang lebih luas. Wartawan harus terus-menerus menyesuaikan informasi yang disajikan dengan penemuan terbaru di lapangan. Berita yang diakses oleh jurnalis melalui Internet harus akurat dan sesuai dengan kenyataan di lapangan, sehingga pembaca atau pengguna mengetahui apa yang sebenarnya terjadi. Tentu saja, kualitas berita harus memenuhi standar umum penulisan, yaitu 5W+1H (apa, siapa, kapan, di

⁶ Woro Harkandi Kencana , Ilona V. Oisina Situmeang , “Penggunaan Media Sosial dalam Portal Berita *Online*”, *Jurnal IKRAITH-HUMANIORA*, Vol. 6 No. 2, 2022, hlm. 137

mana, mengapa, dan bagaimana), yang wajib dipenuhi oleh jurnalis. Semua elemen ini harus ada dalam laporan.⁷

Istilah lain yang penting bagi jurnalis untuk dipahami adalah persyaratan formal, yang sering dikenal dalam dunia jurnalistik sebagai "piramida terbalik." Mengapa disebut demikian? Karena strukturnya menyerupai piramida Mesir, namun dengan posisi terbalik. Konsep ini dianggap mendasar dalam penulisan jurnalistik dan efektif tidak hanya bagi jurnalis, tetapi juga bagi penulis non-jurnalis seperti blogger.⁸

Format penyajian berita memiliki struktur unik. Informasi paling penting ditempatkan di paragraf pertama, yang dikenal sebagai "lead" atau "inti berita," biasanya sepanjang satu atau dua paragraf. Paragraf berikutnya memuat data penting lainnya, diikuti dengan penjelasan tambahan, dan diakhiri dengan informasi yang kurang vital. Inilah yang disebut sebagai bentuk piramida terbalik.⁹

Mengapa metode piramida terbalik ini digunakan? Tujuannya adalah agar pembaca dapat segera menangkap inti berita. Di era teknologi yang serba cepat, berita online cenderung langsung menyampaikan informasi penting di awal. Bagi pembaca, struktur ini memudahkan mereka memahami inti pesan hanya dengan membaca beberapa paragraf pertama. Bagi jurnalis dan editor, metode ini memudahkan penulisan dan

⁷ Suhendar, Deni. *Strategi penyajian Jurnalisme Online di media Ayobandung. com*. Diss. UIN Sunan Gunung Djati Bandung, 2023 hal 7

⁸ Fadli, Kasirul, dan Said Nuwrun Thasimmin. "Strategi Penyajian Berita pada Portal *batamos.co.id*." (Jurnal Purnama Berazam 3.2 2022): 88

⁹ <https://id.wikipedia.org/wiki/Berita> (Diakses Jum'at 10 Maret 2023)

penyuntingan berita, karena mereka dapat lebih fokus pada inti berita. Editor juga lebih mudah mengedit atau memotong bagian yang kurang penting, terutama paragraf terakhir, sehingga menghemat ruang pada halaman.¹⁰

Selama dekade terakhir, hampir semua media massa di seluruh dunia telah memanfaatkan Internet untuk mengakses berita online, termasuk dalam bentuk radio, majalah, dan TV online. Media online juga memiliki keunggulan seperti kemampuan untuk menyertakan *hyperlink* antar situs. Penting untuk dicatat bahwa penggunaan media berbasis teknologi Internet diperkirakan akan meningkat pesat di masa depan, karena Internet terbukti menjadi sarana komunikasi yang paling mudah dan praktis.¹¹

Oleh karena itu, untuk mempertahankan eksistensi media online di mata publik, media massa perlu lebih berhati-hati dalam menanggapi keberadaannya. Tidak bisa dipungkiri bahwa penggunaan teknologi berbasis Internet, termasuk media online, telah menjadi sangat populer dalam dekade terakhir. Pada tahun 2024, diperkirakan akan ada lebih dari 1,1 miliar situs web di seluruh dunia, dengan 18% di antaranya aktif dan 82% pasif.¹²

Di Indonesia, khususnya di Kota Kediri, salah satu media online yang ada adalah harian Radar Kediri, dengan situs webnya di

¹⁰ Suhendar, Deni. *Strategi penyajian Jurnalisme Online di media Ayobandung. com*. Diss. UIN Sunan Gunung Djati Bandung, 2023 hal 7

¹¹ Fadli, Kasirul, and Said Nuwrun Thasimmin. "Strategi Penyajian Berita pada Portal batampos. co. id." *Jurnal Purnama Berazam* 3.2 (2022): 83

¹² Siteefy, *Berapa banyak website yang ada di Dunia*, <https://siteefy.com/how-many-websites-are-there/> diakses pada tanggal 6 Juli 2024

radarkediri.jawapos.com. Radar Kediri, yang merupakan bagian dari PT Kediri Intermedia Pers, adalah perusahaan media cetak yang didirikan pada 12 Juli 1999. Selama lebih dari 23 tahun, Radar Kediri telah menjadi sumber informasi utama bagi masyarakat Kediri dan sekitarnya. Dalam hal produksi, Java Pos Radar Kediri, yang menerbitkan berita sepanjang hari, mampu memproduksi hingga 23.000 eksemplar per tahun antara tahun 2000 hingga 2010, dengan distribusi mencakup wilayah Tulungagung, Blitar, Nganjuk, Jombang, dan Mojokerto. Namun, hingga tahun 2021, jumlah penjualan Radar Kediri menurun menjadi 12.000 eksemplar, dengan distribusi hanya di wilayah Kediri dan Nganjuk.

Radar Kediri yang sampai saat ini bisa mempertahankan eksistensi sebagai penyedia berita di Kediri dan sekitarnya, apalagi di tengah persaingan media surat kabar dengan berbagai cara penyajian produksi dan cara memasarkannya. Hal tersebut yang menghantarkan peneliti untuk meneliti lebih lanjut bagaimana strategi penyajian berita yang dilakukan oleh Radar Kediri, sehingga peneliti melakukan penelitian yang berjudul “STRATEGI PENYAJIAN BERITA DI PORTAL ONLINE RADARKEDIRI.JAWAPOS.COM”

B. Fokus Penelitian

Berdasarkan konteks penelitian yang telah diuraikan sebelumnya, peneliti memfokuskan penelitiannya dengan membuat pertanyaan penelitian. Pertanyaan penelitian adalah

1. Bagaimana strategi Radar Kediri dalam menyajikan berita pada portal

radarkediri.jawapos.com?

2. Apa faktor pendukung dan penghambat penyajian berita di radarkediri.jawapos.com?

C. Tujuan Penelitian

Penelitian ini dilakukan untuk memperoleh tujuan sebagai berikut:

1. Mengetahui strategi Radar Kediri dalam menyajikan berita pada portal radarkediri.jawapos.com.
2. Mengetahui faktor pendukung dan penghambat penyajian berita di radarkediri.jawapos.com.

D. Manfaat Penelitian

Penelitian ini diharapkan memberikan manfaat secara akademis maupun praktis.

a) Manfaat Akademis

1. Penelitian ini diharapkan dapat menambah wawasan dalam pengembangan ilmu komunikasi, khususnya di bidang jurnalistik media massa.
2. Sebagai bahan referensi yang dapat digunakan untuk penelitian selanjutnya.
3. Diharapkan hasil penelitian ini bisa melengkapi kepustakaan dalam bidang komunikasi yang khususnya di bidang jurnalistik media massa.

b) Manfaat Praktis

1. Bagi akademisi, hasil penelitian ini dapat memberikan kontribusi terhadap lembaga Institut Islam Negeri (IAIN) Kediri, khususnya kepada Prodi Komunikasi dan Penyiaran Islam
2. Bagi perusahaan, penelitian ini diharapkan menjadi masukan bagi radar Kediri dalam menjalankan kebijakan penyajian beritanya.

Bagi peneliti, hasil penelitian ini diharapkan dapat meningkatkan pengetahuan dan memperluas wawasan di bidang jurnalistik.

E. Penelitian Terdahulu

Sebelum melaksanakan penelitian, terdapat beberapa penelitian terdahulu yang dapat dijadikan referensi oleh peneliti untuk melanjutkan penelitiannya. Langkah ini dilakukan guna memperkaya pemahaman terhadap teori-teori yang digunakan dalam mengkaji topik penelitian. Berikut ini adalah hasil-hasil penelitian sebelumnya yang menjadi acuan dalam penelitian ini:

1. Dewi Rani dan Sri Dewi Setiawati (2020), dalam Jurnal Jurnalisa dengan judul “Penyajian Jurnalistik *Online* Infobdg Untuk Menjadi Sumber Informasi Kredibel”.¹³ Penelitian ini menggunakan metode penelitian kualitatif dengan pendekatan studi kasus. Tujuan dari penelitian ini adalah untuk menganalisa bagaimana usaha infobdg menjadi sumber informasi yang kredibel. Hasil penelitian ini menjelaskan tentang bagaimana upaya infobdg di media sosial untuk menjadi sumber informasi yang kredibel. Upaya yang dilakukan yaitu menggunakan media sosial instagram untuk

¹³ Dewi Rani dan Sri Dewi Setiawati, “Penyajian Jurnalistik *Online* Infobdg Untuk Menjadi Sumber Informasi Kredibel”, *Jurnalisa*, Vol. 6 No.2 2020.

menginformasi kebenaran suatu berita kepada masyarakat. Persamaan dengan skripsi ini adalah sama-sama membahas tentang penggunaan media *online* untuk menyajikan berita. Adapun perbedaannya adalah, skripsi ini memfokuskan kepada cara penyajian berita untuk menarik pembaca muda.

2. Risda Fifian Warnatiani, “Strategi Penyajian Berita pada Portal Kanal Indonesia” Skripsi Program Studi Komunikasi dan Penyiaran Islam, IAIN Ponorogo tahun 2023. Dalam penelitian ini, peneliti merumuskan masalah mengenai tahapan strategi redaksi dalam menyajikan berita pada portal Kanal Indonesia. Penelitian ini menggunakan metode kualitatif dengan pendekatan deskriptif, melalui observasi, wawancara, dan dokumentasi.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa: (1) Tahap perencanaan yang dilakukan Kanal Indonesia melibatkan perencanaan strategi redaksi berdasarkan berbagai faktor, termasuk tren berita terkini, kepentingan audiens, dan tujuan jangka panjang. (2) Tahap pengorganisasian terlihat dalam penentuan strategi redaksi yang melibatkan staf editorial, jurnalis, dan departemen terkait. (3) Tahap pelaksanaan dilakukan dengan menyajikan berita berdasarkan analisis pasar, tren industri, dan riset konsumen. (4) Tahap pengawasan melibatkan pengawasan terhadap tim editorial dan memastikan bahwa berita yang disajikan sesuai dengan visi dan standar Kanal Indonesia. (5) Tahap evaluasi dilakukan secara menyeluruh, termasuk pengukuran KPI, analisis umpan balik pelanggan, dan pemantauan tren pasar.

Persamaan dengan skripsi ini adalah sama-sama menggunakan media

online dalam menyajikan beritanya. Sedangkan perbedaannya adalah terletak pada objek penelitian yang mana pada penelitian terdahulu objek penelitiannya adalah Kanal Indonesia sedangkan pada skripsi ini objek penelitiannya adalah Radar Kediri.

3. Kasirul Fadli, Said, Haryati, Mitrayati (2022), dalam Jurnal *Purnama Berazam* dengan judul “Strategi Penyajian Berita Pada Portal Batampos.co.id”¹⁴ Penelitian ini menggunakan metode kualitatif deskriptif dengan tujuan untuk mengetahui strategi redaksi batampos.co.id dalam menyajikan berita terkait kapasitas luas dalam *website* batampos.co.id. Hasil penelitian ini menjelaskan tentang strategi redaksi batampos.co.id menjaga akurasi berita terkait kecepatan penyajian berita *online*.

Strategi yang dilakukan yaitu dengan memanfaatkan sosial media sebagai wadah untuk menyajikan berita yang berkualitas berdasarkan prinsip-prinsip idealisme media massa. Persamaannya adalah sama-sama membahas mengenai strategi dalam penyampaian berita. Adapun perbedaan penelitian yang dilakukan oleh peneliti sebelumnya adalah pada fokus di kecepatan untuk menyajikan berita sedangkan penelitian saya berfokus pada penyajian berita di media *online* untuk menarik pembaca muda.

4. Stifani Realdi (2018), dalam jurnal *JOM FISIP* yang berjudul “Manajemen Redaksional Rubrik Zetizen Riau Pos dalam Menarik Minat Baca Pada Remaja di Kota Pekanbaru”¹⁵ Hasil penelitian ini menyimpulkan bahwa

¹⁴ Kasirul Fadli, Indrawan, Said, Haryati, Mitrayati, “Strategi Penyajian Berita Pada Portal Batampos.co.id”, *Jurnal Purnama Berazam*, Vol. 3 No.2, 2022.

¹⁵Stifani Realdi, “Manajemen Redaksional Rubrik Zetizen Riau Pos Dalam Menarik Minat Baca Pada Remaja di Kota Pekanbaru”, *JOM FISIP* Vol. 5 No. 1 Tahun 2018

adapun bentuk manajemen redaksional rubrik Zetizen Riau Pos yaitu perencanaan (perencanaan strategis dan perencanaan operasional), pengorganisasian dengan penetapan struktur organisasi serta fungsi dan *jobdesknya*, penggerak (penetapan peliputan berita, penulisan berita dan penyuntingan berita), dan pengawasan (penetapan efisiensi dan penepatan efektivitas).

Persamaan dengan skripsi peneliti adalah sama-sama untuk menarik minat pembaca muda untuk membaca berita. Sedangkan perbedaannya adalah lokasi penelitian serta objek penelitian. Pada penelitian terdahulu objek penelitiannya adalah Riau Pos yang berlokasi di Kota Pekanbaru. Sedangkan pada skripsi ini, objek penelitiannya adalah Radar Kediri yang berlokasi di Kota Kediri.

5. Iskandar Isnan, dalam skripsi yang berjudul “Strategi Redaksi dalam Penyajian Berita Portal Tagar.id di Era Digital” Program Studi Ilmu Komunikasi Universitas Nasional, 2023.¹⁶ Penelitian ini menggunakan metode penelitian kualitatif dengan tipe penelitian deskriptif, yang menghasilkan data berupa pernyataan tertulis maupun lisan dari narasumber yang telah diwawancarai. Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui bagaimana strategi redaksi Tagar.id dalam penyajian berita di era digital. Berdasarkan hasil penelitian, strategi redaksi Tagar.id meliputi tahapan perencanaan, pelaksanaan, kecepatan, evaluasi, dan proses produksi, mulai dari perencanaan, pengumpulan, penulisan, penyuntingan, hingga penyajian

¹⁶ Isnan, Iskandar. *STRATEGI REDAKSI DALAM PENYAJIAN BERITA PORTAL TAGAR. ID DI ERA DIGITAL*. Diss. Universitas Nasional, 2023.

berita. Persamaan dalam penelitian ini dengan yang dilakukan oleh penelitian adalah pemaksimalan penyajian berita *online* pada *website* media *online*. Perbedaannya terletak pada fokus pemaksimalan berupa strategi redaksi, sedangkan penelitian yang saya lakukan mengaji strategi penyiaran berita.

F. Definisi Istilah

Untuk memudahkan pembaca memahami dan mencegah kemungkinan terjadinya salah persepsi tentang judul, penulis akan mengemukakan pengertian yang dianggap perlu pada judul tersebut, yaitu sebagai berikut:

1. Strategi: kebijakan serta keputusan kunci yang dipergunakan sebagai manajemen, yang mempunyai efek besar dalam kinerja keuangan. Kebijakan serta keputusan ini umumnya melibatkan sumber daya yang krusial dan tak bisa diganti dengan gampang.
2. Penyajian Berita: serangkaian tindakan atau pendekatan yang dilakukan secara terencana dan sistematis untuk menyampaikan suatu informasi, ide, atau pesan kepada audiens tertentu. Tujuan utama dari strategi penyajian adalah agar pesan yang disampaikan dapat dipahami dengan baik, menarik minat, dan mencapai tujuan yang diinginkan.
3. Berita: suatu warta yang menarik dan relevan, opini atau ide baru yang diteliti dengan cermat dan diakui sebagai hal yang penting bagi sejumlah besar orang.
4. Media *online*: merupakan sebuah media dengan para penggunanya mampu dengan gampang berpartisipasi, membuat, serta membentuk isi mencakup blog, media sosial, wiki, forum, serta dunia khayalan.