

BAB 1

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Masalah

Dewasa ini, elektronik semakin berkembang, salah satunya dengan hadirnya Telepon Seluler (Ponsel) canggih yang dapat dibawa ke manapun. Bukan hanya mudah dibawa, namun setiap orang juga hampir memiliki *gadget*. Tidak seperti dulu yang mengetahui berita hanya melalui koran dan radio saja, kini dengan kecanggihan *gadget*, semua dapat diakses dengan mudah. Begitu pun berita yang dapat diakses dengan mudah dan cepat melalui media elektronik yang lebih dikenal dengan media *online* atau internet.

Dalam kehidupan sehari-hari di zaman modern ini, manusia tidak bisa lepas dari yang namanya komputer atau internet. Bahkan kini internet sudah menjadi kebutuhan pokok, khususnya para masyarakat yang biasanya menghabiskan waktu berjam-jam menggunakan internet. Banyak hal positif yang bisa diambil dari internet, namun banyak juga resiko yang didapat dalam penggunaan internet. Akhirnya ini banyak orang menggunakan internet sebagai media komunikasi. Selain harganya yang murah per-bytenya, diaksesnya pun lebih cepat. Sebagai contoh media komunikasi seperti email, *facebook*, *life connector*, *twitter*, dan lain sebagainya

Pengguna internet lebih memilih internet untuk dijadikan media komunikasi tentu untuk saling betukar pikiran dan berbagi informasi. Karena internet tidak membatasi penggunaanya dalam hal jarak, pengguna dapat mengakses internet sampai ke belahan dunia manapu (Suhadiman, 2011:23-24)

Menurut lembaga riset pasar e-Marketer, populasi *netter* tanah air mencapai 83,7 juta orang pada 2014. Angka yang berlaku untuk setiap orang yang mengakses internet setidaknya satu kali setiap bulan itu mendudukkan Indonesia di peringkat ke-6 terbesar di dunia dalam hal jumlah pengguna internet. Menurut Haris Sumadiria dalam 'Hukum dan Etika Media Massa' (2016:205), "data hasil riset Asosiasi Penyelenggara Jasa Internet Indonesia dan Pusat Kajian Komunikasi Universitas Indonesia menyebutkan jumlah pengguna internet di Indonesia sampai dengan Oktober 2016 tercatat 130 juta orang."

Pada 2017, e-Marketer memperkirakan *netter* Indonesia bakal mencapai 112 juta orang, mengalahkan Jepang di peringkat ke-5 yang pertumbuhan jumlah pengguna internetnya lebih lamban. Secara keseluruhan, jumlah pengguna internet di dunia diproyeksikan mencapai 3 miliar orang pada 2015.

Tiga tahun setelahnya, pada 2018 diperkirakan sebanyak 3,6 miliar manusia di bumi mengakses internet setidaknya sekali setiap bulan. Analisis senior e-Marketer, Monica Peart menyebutkan bahwa Negara berkembang seperti Indonesia dan India masih memiliki ruang pertumbuhan jumlah pengguna internet yang besarnya bisa mencapai dua digit setiap tahun.(Kominfo.go.id).

Melihat perkembangan pengguna internet semakin besar, industri media massa di era globalisasi pun semakin pesat, khususnya media elektronik. hal ini dapat diamati dari munculnya beberapa media *online* sebagai situs berita, salah satunya ada media *online* berbasis lokal. Maksudnya, media *online* tersebut hanya memberitakan sesuatu yang ada di daerah tersebut. Geliat perkembangan media *online* lokal mulai tumbuh di berbagai daerah. Walaupun masih dalam skala kecil, yang sebagian besar minim Sumber Daya Manusia (SDM), teknologi, tetapi perkembangan ini cukup membantu dalam menyebarkan konten berita lokal baik tulisan, foto, ataupun video.

Dalam media *online*, biasanya ada beberapa kanal yang berfungsi agar khalayak dapat dengan mudah memilih berita apa saja yang ingin mereka baca. Menurut Kamus Besar Bahasa Indonesia (KBBI), kanal dapat diartikan sebagai terusan atau saluran. Sumber lain menulis, pengertian kanal adalah saluran atau bisa juga dikatakan sebagai terusan. Kanal dalam bahasa Inggris *canal*, *channel* memiliki pengertian jalur air buatan yang dibangun untuk memungkinkan lewatnya kapal atau untuk saluran air. Jadi, istilah kanal dalam media *online* sama dengan rubrik dalam media cetak. Hanya beda penempatannya saja.

Menurut Asep Syamsul M. Romli dalam blog pribadinya (www.romelteamedia.com), pengertian media *online* secara umum, yaitu segala jenis atau format media yang hanya bisa diakses melalui internet berisikan teks, foto, video dan suara. Dalam pengertian umum, media *online* juga dimaknai sebagai sarana komunikasi secara *online*. Media *online* sendiri, menurut Asep Syamsul M. Romli (2009: 98-99), memiliki beberapa karakteristik sekaligus keunggulan

dibandingkan media lain, antara lain; mudah diakses, tahan lama, *real time*, multimedia, dan kaya akan informasi.

Setiap perusahaan penerbitan media *online* memiliki kebijakan-kebijakan yang ditentukan oleh pimpinan perusahaan, begitupun media yang notabene menjadi media *online* lokal. Kebijakan yang diberikan oleh perusahaan penerbitan pers dinamakan kebijakan redaksional, yang dijalankan oleh bidang redaksi dan kewartawanan yang ada pada media tersebut. Kebijakan redaksional biasanya berupa, cara menyikapi media terhadap permasalahan yang beredar di masyarakat serta aturan keradaksian dan kewartawanan.

Penerbitan pers di Indonesia menjadikan pers semakin berkembang, seperti halnya pers lokal. Lebih jelas lagi tentang perkembangan pers lokal, Haris Sumadiria (2016:82) menulis, "kebijakan redaksional pers lokal lebih bertumpu pada pengembangan dimensi kedekatan geografis dan kedekatan psikologis dalam segala dimensi dan implikasinya. Pers lokal juga bisa disebut sebagai buku harian sebuah kota."

Pers lokal hanya beredar di sebuah kota dan sekitarnya. Salah satu ciri pers lokal adalah 80 persen isinya didominasi oleh berita, laporan, tuisan, dan sajian gambar bernuansa lokal. Motivasi dan ambisi pers lokal adalah menjadi raja di kotanya sendiri pers lokal dapat disebut kamus dan cermin berjalan sebuah kota karena apapun peristiwa dan fenomena tentang kota tersebut pasti dijumpai di dalamnya (Sumadiria, 2016:81).

Bantenhits.com merupakan salah satu berita lokal Banten yang diterbitkan oleh PT Jagad Media Investama. Dengan slogan Kini, Dulu dan Sekarang, Bantenhits.com yang sudah berdiri selama hampir lima tahun ini memiliki beberapa kanal dalam media *online*-nya. Diantaranya; Metropolitan, Babad Banten, Seni dan Budaya, Wisata, Gaya Hidup, Citarasa, Persona, Rumah Kata, Ekonomi dan Bisnis, Suara Pembaca, Hiburan dan Olahraga, Berita Pemda, dan Pilgub. Namun dari sekian banyaknya rubrik, yang termasuk dalam kanal unggulan hanya Seni dan Budaya, Gaya Hidup, Cita Rasa, dan Persona.

Dilihat dari *Alexa Rank*, Bantenhits.com memiliki posisi ke 1944 se-Indonesia. Diperkirakan angka pembaca untuk situs media *online* Bantenits.com ada 30 sampai 50 ribu setiap harinya.

Tabel 1.1
Media online provinsi Banten (Survei awal pada 7 Mei 2017)

Nama Media	Terakhir Mengunggah Berita
www.radarbanten.com	7 Mei 2017
www.bantenhits.com	7 Mei 2017
www.mediabanten.com	15 November 2017
www.suarabanten.com	24 Oktober 2016
www.jurnalbanten.com	10 Januari 2016
www.turisbanten.com	8 Oktober 2014
www.kilasbanten.com	17 April 2017
www.bantenforum.com	<i>This domain has expired</i>

Data pemula penelitian, di provinsi Banten ada beberapa media *online* yang sudah tidak aktif lagi seperti inilahbanten.com, jurnalbanten.com, bantenforum.com, matabanten.com, fokusbanten.com, kontakbanten.com. Bantenhits.com merupakan media *online* lokal populer di provinsi Banten. Bantenhits.com merupakan satu-satunya media *online* lokal Banten yang mengangkat kanal Seni dan Budaya sebagai kanal unggulan. Walaupun memiliki keunggulan tersendiri, namun ketika diteliti ada berapa banyak berita yang masuk, semua dapat dihitung dengan jari setiap tahunnya.

Tahun 2015, kanal Seni dan Budaya yang merupakan kanal unggulan, hanya ada 15 berita saja. Sedangkan di tahun 2016 ini, baru mengeluarkan 19 berita..Bahkan terkadang tidak menaikkan berita satupun dalam satu bulan.Seperti tahun 2016, bulan April, Juni dan September, tidak ada satu pun berita pada Kanal Seni dan Budaya. Sedangkan di bulan-bulan lain, biasanya hanya naik dua sampai empat berita saja dalam satu bulan.

Hal tersebut menunjukkan bahwa kanal Seni dan Budaya, yang menjadi salah satu kanal unggulan, tidak dapat dikelola sesuai tujuan dari kanal tersebut. Selain itu, Pemimpin Utama Bantenhits.com, Darussalam Jagad Syahdana dengan tegasnya memberitahu bahwa di antara media *online* Banten yang lain hanya Bantenhits.com yang mengunggulkan Kanal Seni dan Budaya.(Wawancara Pimpinan Redaksi Bantenhits.com, Darussalam Jagad Syahdana).

Menurut Nururdin dalam bukunya berjudul 'Pengantar Komunikasi Massa', fungsi media massa salah satunya adalah sebagai transmisi budaya. Transmisi komunikasi massa merupakan salah satu fungsi yang paling luas, meskipun paling sedikit dibicarakan. Transmisi budaya tidak dapat dielakkan selalu hadir dalam berbagai bentuk komunikasi yang mempunyai dampak pada penerimaan individu. (Nurudin.2013: 92).

Mengintip dari buku Nurudin tentang fungsi media sebagai transmisi budaya yang memang tidak selalu banyak dibicarakan, itulah mengapa penelitian ini juga berfokus pada salah satu kanal Bantenhits.com yang memang diunggulkan untuk penduduk lokal Banten. Seni dan Budaya merupakan dua unsur transmisi budaya yang sudah ditinggalkan sekarang. Terbukti dari kutipan Nurudin yang membenarkan bahwa fungsi media massa sebagai transmisi budaya memang sudah jarang diperhatikan lagi. Oleh sebab itu banyak sekali media massa yang mulai ikut tergerus ombak transmisi budaya barat. *Hallyu wave* misalnya. Maka dari itu penelitian ini dipusatkan pada Bantenhits.com yang memang memiliki pendirian untuk mengangkat kembali dan memperkenalkan kembali seni dan kebudayaan Banten.

Dilihat dari fungsi media, Bantenhits.com yang memang mengunggulkan kanal Seni dan Budaya. Tetapi belum bisa memberikan berita tentang Seni dan Budaya Banten secara berkesinambungan. Setiap daerah memiliki seni dan budaya masing-masing yang cocok dan harus diberitakan supaya orang lain pun, khususnya masyarakat lokal tahu dengan hadirnya keberagaman dalam daerah tersebut.

Terutama media lokal yang memang memiliki hak besar dalam mengembangkan, menonjolkan serta mempromosikan kebudayaan di daerah tersebut.

Berdasarkan pembahasan di atas, penelitian yang dilakukan lebih mendalam juga menyangkut bagaimana kerja wartawan dalam pencarian berita seni dan budaya pada Kanal Seni dan Budaya di Bantenhits.com.

1.2 Fokus dan Pertanyaan Penelitian

Agar lebih terarah antara masalah yang dikemukakan dengan pembahasannya, maka perlu diberikan pembatasan masalah yang akan diteliti. Penulis membatasi permasalahan hanya pada konsistensi kebijakan redaksi Bantenhits.com pada Kanal Seni dan Budaya. Seperti dalam teori hierarki pengaruh yang berasumsi bagaimana konten media yang disampaikan kepada khalayak adalah hasil pengaruh dari kebijakan internal organisasi media dan pengaruh dari eksternal media itu sendiri.

Berdasarkan masalah di atas, maka rumusan masalahnya sebagai berikut :

1. Apa saja faktor internal yang mempengaruhi konten media Bantenhits.com pada kanal Seni dan Budaya?
2. Apa saja faktor eksternal yang mempengaruhi konten media Bantenhits.com pada kanal Seni dan Budaya?

1.3 Tujuan Penelitian

Dalam setiap penelitian yang dilakukan tentunya harus didasari oleh tujuan yang hendak dicapai. Tanpa sebuah tujuan yang jelas, penelitian akan kurang terarah dan terkoordinir dengan baik.

Berdasarkan perumusan masalah, maka tujuan dari penelitian ini sebagai berikut :

1. Untuk mengetahui faktor internal yang mempengaruhi konten media Bantenhits.com pada kanal Seni dan Budaya
2. Untuk mengetahui faktor eksternal yang mempengaruhi konten media Bantenhits.com pada Kanal Seni dan Budaya

1.4 Kegunaan Penelitian

1.4.1 Secara Teoritis

1. Penelitian ini diharapkan menambah khasanah pengetahuan tentang media massa, terutama sebagai informasi bagaimana pengambilan kebijakan redaksi dalam menentukan berita tentang Seni dan Budaya, khususnya pada media *online* lokal.
2. Memberikan kontribusi bagi pengembangan ilmu komunikasi khususnya jurnalistik, dalam aspek pengambilan kebijakan redaksi.
3. Menjadi tambahan informasi dan mengembangkan ilmu pengetahuan bagi peneliti lain yang melakukan penelitian di bidang yang sama.

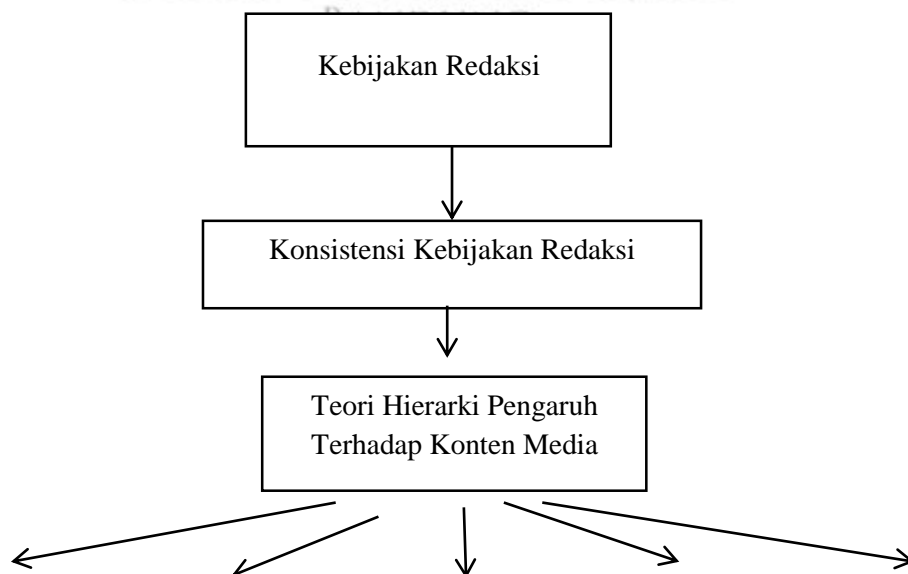
1.4.2 Secara Praktis

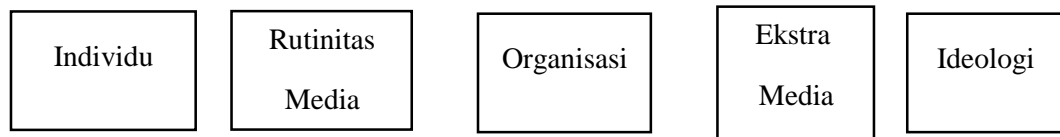
Penelitian ini diharapkan memberikan masukan positif bagi para pengelola penerbitan pers, khususnya media *online* Bantenhits.com sebagai media yang diteliti. Sehingga dapat meningkatkan kualitas pemberitaan Seni dan Budaya Banten dan sejalan dengan fungsi pers lokal, transmisi warisan budaya.

1.5 Landasan Pemikiran dan Tinjauan Pustaka

1.5.1 Landasan Pemikiran

Teori Hierarki Pengaruh Terhadap Konten Media memiliki lima level yang dirasa dapat mempengaruhi konsistensi kebijakan dalam sebuah media. kelima level tersebut: (1)individu; (2)rutinitas media; (3)organisasi; (4)ekstra media dan (5)ideologi. Untuk mengetahui apakah kebijakan redaksi dalam media *online* Bantenhits.com konsisten atau tidak, dapat dilihat dari bagaimana kebijakan yang diambil oleh Bantenhits.com untuk Kanal Seni dan Budaya, faktor pengambilan kebijakan, dan penerapan kebijakan tersebut. Berdasarkan hal tersebut, kerangka berpikir penelitian ini adalah:





Gambar 1.1 Landasan Pemikiran

Teori yang akan digunakan adalah Teori Hierarki Pengaruh Isi Media (*Theories of Influence on Mass Media Content*) yang dikenalkan oleh Pamela Shoemaker dan Stephen D. Reese. Asumsi dari teori ini adalah bagaimana isi media yang disampaikan kepada khalayak adalah hasil pengaruh dari kebijakan internal organisasi media dan pengaruh dari eksternal media itu sendiri.

Pengaruh internal pada konten media sebenarnya berhubungan dengan kepentingan dari pemilik media, individu, wartawan sebagai pencari berita, rutinitas organisasi media. Sedangkan faktor eksternal yang berpengaruh pada konten media berhubungan dengan para pengiklan, pemerintah masyarakat dan faktor eksternal lainnya. Tetapi, isi media merupakan konstruksi dari realitas. Shoemaker dan reese mengungkapkan lima faktor yang mempengaruhi isi media yakni faktor individual, faktor rutinitas media, faktor organisasional, faktor ekstra media, dan faktor ideologi. (Soemaker and Reese, 1991: 53).

Pertama, level pengaruh individu pekerja media. Level ini menyangkut sisi profesional jurnalis, seperti latar belakang pendidikan dan keterampilannya. Pemberitaan suatu media dan pembentukan konten media tidak lepas dari faktor individu seorang pencari berita atau jurnalis.

Individu (produse, reporter, editor, tim kreatif) yang bekerja di media, memiliki karakteristik (seperti *genre*, etnis dan lain sebagainya) berlatar belakang dan pengalaman pribadi (seperti pendidikan, agama, status sosial, dan ekonomi) yang erbeda. Latar belakang inilah yang tidak hanya membentuk sikap, nilai dan kepercayaan pribadinya, tetapi juga ikut mengarahkan



profesionalitasnya dalam bekerja di media (Shoemaker dan Reese, 1991 : 54).

Banyak perdebatan mengenai kompetensi seorang jurnalis dilihat dari segi pendidikan. Perdebatan tersebut timbul karena tingkat intelektualitas atau disiplin ilmu yang diambil seorang jurnalis ketika di bangku kuliah dapat mempengaruhi pemberitaan sebuah media. Walaupun aspek kepercayaan, nilai-nilai tidak bisa terlalu kuat membentuk efek kepada seorang jurnalis karena kekuatan aspek organisasi dan rutinitas media yang lebih kuat.

Kedua, level rutinitas media.

Isi media akan diwarnai oleh rutinitas media. Jika media tersebut rutin memberikan yang sifatnya kritik terhadap politik, maka media tersebut akan kembali dengan nuansa politik. Begitupun dengan rutin atau kebiasaan ketika memberikan konflik atau kekerasan, akan sulit keluar dari *habit* tersebut. (Shoemaker dan Reese, 1991: 85).

Unsur penting yang mempengaruhi isi media adalah organisasi media atau pengolah pemberitaan. Unsur yang paling berpengaruh pada media adalah editor media atau yang biasa yang disebut dengan *gatekeeper*. Editor pada setiap media adalah yang menentukan mana berita yang layak untuk terbit atau tidak.

Ketiga, level pengaruh organisasi. Level ini berkaitan dengan struktur manajemen organisasi pada sebuah media, kebijakan sebuah media dan tujuan sebuah media.

Sebagai organisasi pada umumnya, yang memiliki aturan, kode etik, dan tata tertib yang mengikat dan mengharuskan anggotanya mengusung apa yang dijadikan visi misi organisasinya. Begitu pun dengan pekerja media yang menggantungkan nasib masa depannya pada media bersangkutan. Jika pekerja tidak ikut aturan atau menolak prinsip yang ada dalam organisasinya, dia akan kehilangan pekerjaannya. Oleh karena itu, banyak pekerja media yang lebih memilih bungkam daripada harus mengeluarkan prinsip utamanya.

Keempat, level pengaruh eksternal media. Ekstra media level adalah pengaruh-pengaruh isi media yang berasal dari luar organisasi media. Pengaruh-pengaruh dari media itu, beberapa di antaranya berasal dari sumber berita, kontrol pemerintah, pengiklan dan teknologi.

Kelima, tingkat ideologi.

Ideologi media tersebut merujuk pada kaidah atau kode etik jurnalistik yang diakui secara umum. Ideologi yang seperti inilah yang mau tidak mau pekerja media harus menjunjung tinggi nilai-nilainya, dan mempraktikannya di kinerja lapangan. Di sinilah media berfungsi sebagai kepanjangan kepentingan kekuatan dominan, bagaimana nilai-nilai atau ideologi media ini dikombinasikan untuk mempertahankan eksistensi media dalam setiap beritanya (Shoemaker dan Reese, 1991: 183).

Menurut Shoemaker dan Reese, tingkat ideologi inilah yang paling tinggi pengaruhnya terhadap media. Untuk pengaruh ekstramedia, organisasi, rutinitas media, dan individu, semuanya ditutupi oleh ideologi.

1.6 Langkah-langkah Penelitian

1.6.1 Metode Penelitian

Metode penelitian yang digunakan pada penelitian ini adalah metode deskriptif dengan pendekatan kualitatif. Menurut Straus dan Corbin (2013: 5), penelitian kualitatif dapat digunakan untuk mengungkapkan dan memahami sesuatu dibalik sebuah fenomena yang belum diketahui. Rakhmat (2001:24) mengemukakan bahwa penelitian kualitatif tidak bermaksud mencari atau menjelaskan hubungan, tidak menguji hipotesis atau memberi prediksi.

Usman (2009:130) menjelaskan bahwa hasil penelitian deskriptif kualitatif diuraikan dengan kata-kata menurut pendapat responden, apa adanya sesuai dengan pertanyaan penelitian atau rumusan masalah. Kemudian dianalisis juga dengan kata-kata apa yang membuat responden berperilaku (berpikir, berperasaan, dan bertindak).

1.6.2 Jenis dan Sumber Data

Jenis data yang dikumpulkan untuk penelitian ini adalah jenis data kualitatif. Dalam konteks mikro makro, unit analisis masalah kualitatif terdiri dari tingkat yang sangat mikro, yaitu pikiran dan tindakan manusia. Semua teknis analisis data kualitatif berkaitan erat dengan metode pengumpulan data yaitu observasi dan wawancara. (Burhan Bungin. 2008.: 79).

Sedangkan untuk sumber data yang digunakan dalam penelitian ini adalah sumber data primer dan sekunder. Sumber data primer yaitu:

- a. Pimpinan Redaksi Bantenhits.com
- b. Redaktur Bantenhits.com

Sedangkan untuk data sekunder adalah studi kepustakaan yang berhubungan dengan penelitian ini.

1.6.3 Teknik Pengumpulan Data

Teknik pengumpulan data yang digunakan dalam penelitian ini adalah :

- a. Wawancara

Untuk mendapatkan penelitian yang detail dan lengkap, penulis akan melakukan wawancara dengan narasumber yang diteliti. Antara lain : pemimpin redaksi, redaktur, wartawan dan beberapa narasumber lain yang digunakan sebagai kelengkapan penelitian.

- b. Observasi

Observasi atau pengamatan merupakan aktifitas pencatatan fenomena yang dilakukan secara sistematis. Pengamatan dapat dilakukan secara partisipatif atau nonpartisipatif. Maksudnya, pengamatan terlibat merupakan jenis pengamatan yang melibatkan peneliti dalam kegiatan orang yang menjadi sasaran penelitian, tanpa mengakibatkan perubahan pada kegiatan atau aktifitas yang bersangkutan dan tentu saja dalam hal ini peneliti tidak menutupi dirinya selaku peneliti.

Untuk menyempurnakan pengamatan partisipatif, peneliti harus mengikuti kegiatan keseharian yang dilakukan oleh redaktur Bantenhits.com pada Kanal Seni dan Budaya dalam

waktu tertentu, memperhatikan apa yang terjadi, mendengarkan apa yang dikatakan, dan mempelajari dokumen dari Bantenhits.com.

c. **Kepustakaan**

Penulis melakukan penelusuran pada kanal seni dan budaya pada Bantenhits.com serta mengkaji buku-buku yang berhubungan dengan permasalahan penelitian yang dikaji.

1.6.4 Analisis Data

Strategi analisis kualitatif umumnya tidak digunakan sebagai alat mencari data dalam arti frekuensi akan tetap digunakan untuk menganalisis proses sosial yang berlangsung dan makna dari fakta-fakta yang tampak dari permukaan itu. Dengan demikian, maka analisis kualitatif digunakan untuk memahami sebuah proses dan fakta dan bukan sekedar menjelaskan fakta tersebut (Burhan Bungin 2008: 148).

Setelah pengumpulan data selesai, maka tahap berikutnya yang akan dilakukan, yakni menganalisis data agar bisa dimengerti, sehingga penemuan yang dihasilkan bisa disampaikan dengan mudah kepada orang lain. Dalam penelitian kualitatif, jenis data yang dihasilkan berupa data lunak, yang berupa kata-kata, baik yang diperoleh dari wawancara dan observasi ataupun analisis dokumentasi.

1.6.5 Lokasi Penelitian

Penelitian akan dilakukan di media *online* Bantenhits.com, di Apartemen Moderland Tower Kuning, Blok Y-01-CB/ YC-GF-02, Moderland, Kota Tangerang