



Hak cipta dan penggunaan kembali:

Lisensi ini mengizinkan setiap orang untuk menggubah, memperbaiki, dan membuat ciptaan turunan bukan untuk kepentingan komersial, selama anda mencantumkan nama penulis dan melisensikan ciptaan turunan dengan syarat yang serupa dengan ciptaan asli.

Copyright and reuse:

This license lets you remix, tweak, and build upon work non-commercially, as long as you credit the origin creator and license it on your new creations under the identical terms.

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Lahirnya cabang *travel journalism* (jurnalisme perjalanan) sebagai bidang baru jurnalisme di era modern mampu menumbuhkan sejumlah pasar industri di tengah masyarakat modern. Misalnya, artikel bertemakan pariwisata dapat memberikan inspirasi bagi masyarakat karena dijadikan referensi wisata. Sayangnya, Hanusch (2010, p. 69) menjabarkan adanya batas yang tidak jelas antara jurnalisme perjalanan sebagai hiburan atau produk jurnalisme yang memiliki *news value* (nilai berita). Jurnalisme perjalanan dianggap sebagai sesuatu yang tidak serius dan tidak mendapatkan perhatian lebih di bidang akademis. Padahal di zaman serba komunikasi, jurnalisme mempunyai peranan yang penting dalam mengonstruksi realita dan persepsi masyarakat (Fursich dan Kavoori, 2001, p. 149). Belum lagi sejumlah permasalahan sosial masyarakat terjadi karena informasi artikel jurnalisme perjalanan yang "abu-abu".

Hanusch (2010, p. 69) menyebutkan bahwa jurnalisme perjalanan masih dianggap tidak penting karena bisa ditulis oleh siapa saja. Padahal, ketika memasuki suatu wilayah atau kondisi baru, masyarakat menghadapi risiko karena harus beradaptasi dengan kondisi sosial, ekonomi, budaya, dan politik masyarakat setempat yang seringkali berbeda (Hill, 2006, p. 23). Jika diteliti lebih mendalam, hal ini sangat berpotensi merusak kedamaian dan kenyamanan baik bagi wisatawan maupun masyarakat lokal itu sendiri.

Seperti yang ditulis oleh Hira (2016, p. 2), fenomena kurangnya informasi dalam artikel perjalanan ditemukan di Indonesia. Misalnya, sejumlah wisatawan lokal menuliskan *review* mereka terkait adanya pemerasan oleh pedagang asal Bali terhadap turis mancanegara. Mereka menganggap harga sejumlah makanan maupun *souvenir* lebih tinggi jika dibandingkan ketika penduduk lokal melakukan pembelian. Tidak hanya itu, Koran Tempo mencatat di tahun 2014 terjadi pengusiran oleh masyarakat lokal di Pantai Casa Nemo, Sabang, Aceh terhadap turis mancanegara karena tengah melakukan pesta (“Buntut Pengusiran, 100 Turis Batal ke Sabang”, 2015). Dikutip dari Hill, media asing The Australian juga merilis pemberitaan terkait kecewanya turis Singapura yang pergi ke Malaysia karena merasa "terbohongi" oleh sejumlah artikel perjalanan. Tidak ada artikel perjalanan yang menyebutkan agar wisatawan asing menyesuaikan cara berpenampilan ketika mendatangi negara Malaysia yang kental akan kultur Islam (Hill, 2006, p. 108).

Definisi jurnalisme perjalanan yang dianggap “tidak jelas” menyebabkan sebagian orang berpikir bahwa tulisan bahkan tayangan terkait perjalanan dapat dilakukan oleh siapa saja, termasuk oleh mereka yang dikenal sebagai *travel writer*. Namun, Ruang Independen dalam publikasinya di tahun 2014 menyebutkan bahwa ada perbedaan mendasar antara *travel writer* dan jurnalis perjalanan.

Keterampilan jurnalis dalam menyediakan produk jurnalisme membuat produk keluaran jurnalisme perjalanan memiliki nilai berita. Salah satu perbedaannya adalah profesi jurnalis yang melakukan pencarian dan penyampaian kebenaran ketimbang *travel writer* yang dapat memasukkan unsur fiksi dalam tulisan mereka (Hira, 2016, p. 4). Jenis pekerjaan ini lekat dilakukan oleh *blogger*,

selebgram (orang yang terkenal di media sosial Instagram) atau *youtuber* (orang yang aktif mengunggah video di Youtube dan memiliki jumlah penonton besar) yang tidak memiliki kemampuan dasar maupun keikutsertaan pelatihan di bidang jurnalistik.

Sebagai bagian dari kehidupan manusia, liputan mengenai perjalanan selalu disesuaikan dengan kebutuhan masyarakat. Ada informasi yang lebih mendalam pada liputan jurnalisme perjalanan yang dilakukan oleh jurnalis ketimbang tulisan yang dibuat oleh awam. Salah satu proses penting yang dilalui oleh jurnalis adalah *pitching* (riset), rapat, hingga eksekusi di lokasi peliputan.

Tidak hanya itu, dalam proses peliputan jurnalisme secara umum terdapat tiga tahapan. Tahapan-tahapan tersebut antara lain pra-produksi, produksi, dan pasca-produksi. Perencanaan para jurnalis menjadi bagian awal yang harus matang agar ketika di lapangan peliputan dapat dilakukan sesuai rencana bahkan mampu mengambil inisiatif ketika sejumlah hal yang tidak terduga terjadi. Persiapan matang ini yang tidak dilakukan oleh orang-orang yang berkecimpung di luar dunia jurnalisme.

World Bank (2016) mencatat bahwa sektor pariwisata berhasil menyumbangkan devisa terbesar kedua di Indonesia setelah MIGAS (Minyak Bumi dan Gas). Dalam lima tahun ke depan, diproyeksikan bahwa sektor pariwisata mampu menjadi sektor penyumbang devisa terbesar. Melihat angka ini, salah satu faktor pendukung suksesnya pariwisata di samping keindahan alam adalah peran media dalam memberitakan suatu wilayah. Namun melihat sejumlah permasalahan sosial terjadi di tengah masyarakat, dikhawatirkan akan timbul keraguan wisatawan

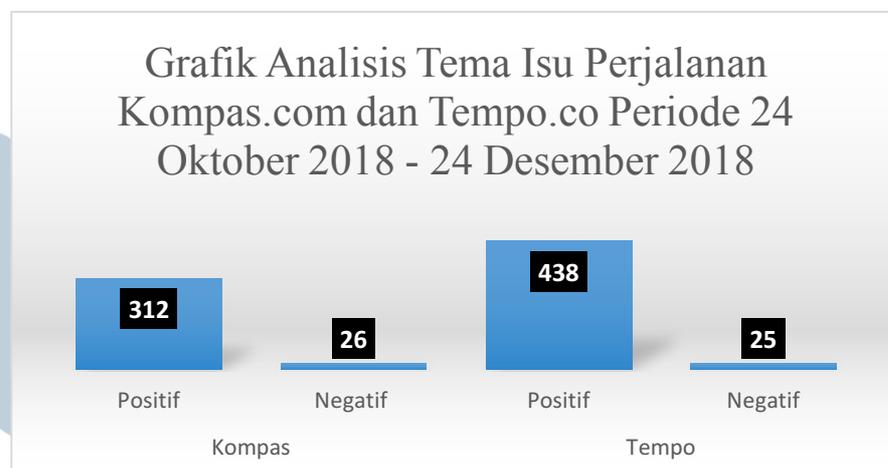
untuk mengunjungi sejumlah wilayah di Indonesia. Hal ini dikarenakan informasi yang disajikan oleh media tidak berimbang. Ada penonjolan dan penyembunyian isu yang dilakukan baik kepentingan media maupun komersial.

Hill (2006, p. 45) mencatat bahwa seharusnya jurnalis perjalanan mempersiapkan informasi secara matang, berimbang, dan parsial. Ia memperkenalkan dua komponen yang harus dimiliki pada artikel atau tayangan perjalanan, yakni *beauty* dan *brain*. Seorang jurnalis perjalanan harus mampu memvisualisasikan keindahan pariwisata suatu wilayah, karena ketertarikan dimulai dari kemampuan bercerita melalui visual. Namun visual yang baik harus diperkuat dengan konteks keterkaitan masyarakat lokal suatu wilayah yang dibicarakan. Fursich (2001) menyebutkan bahwa ketika wisatawan luar memahami kebudayaan wilayah yang ingin dikunjunginya, maka pandangan budaya seseorang akan menuju ke arah positif. Jurnalisme perjalanan juga dianggap sebagai saluran komunikasi skala internasional yang efektif.

Peneliti melakukan riset kuantitatif dengan membandingkan artikel perjalanan pada media daring Kompas.com dan Tempo.co dalam periode 24 Oktober 2018 - 24 Desember 2018. Periode tersebut dipilih penulis karena kanal perjalanan sedang ramai dengan informasi seputar libur Natal dan Tahun Baru, tsunami yang melanda Banten, dan rencana penutupan kawasan penangkaran Komodo di Nusa Tenggara Timur. Tujuan dilakukannya riset kuantitatif ini adalah untuk memperoleh data yang memperkuat asumsi terkait pengelompokan isu perjalanan baik positif maupun negatif dalam periode tersebut.

Dalam periode 24 Oktober 2018 - 24 Desember 2018, terdapat 338 artikel perjalanan pada Kompas.com dan 463 artikel perjalanan pada Tempo.co. Sehingga secara keseluruhan, terdapat 801 artikel perjalanan pada Kompas.com dan Tempo.co pada periode tersebut. Namun, angka tersebut tidak termasuk dengan perhitungan artikel yang mengandung *native ad*, yakni konten dalam iklan yang didisponsori oleh brand tertentu dan bertujuan untuk mendongkrak penjualan (“Bedanya Content Marketing dan Native Advertising”, 2015, para. 3), sehingga peneliti tidak memasukkan artikel-artikel tersebut. *Native ad* mengandung kepentingan komersial antara media dan perusahaan yang bersangkutan.

Grafik 1. Grafik Analisis Tema Isu Perjalanan Kompas.com dan Tempo.co
Periode 24 Oktober 2018-24 Desember 2018

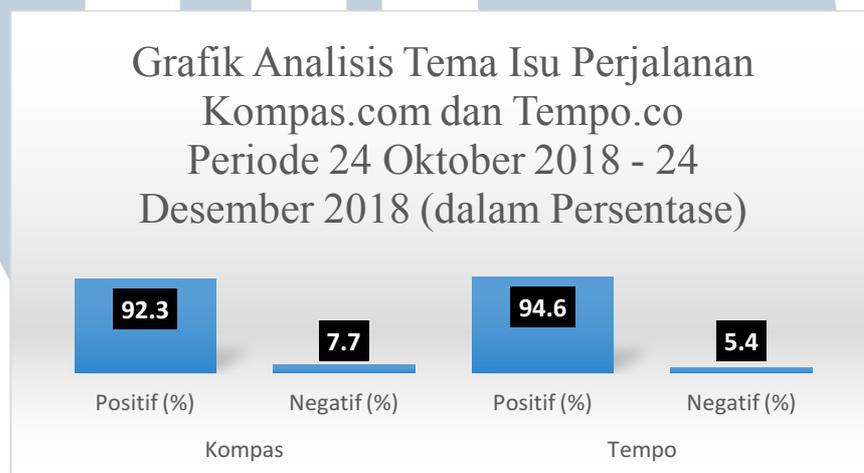


Sumber: Olahan data pribadi.

Grafik tersebut menunjukkan bahwa pada periode 24 Oktober 2018 - 24 Desember 2018, terdapat 312 artikel perjalanan bermuatan positif dan 26 artikel perjalanan bermuatan negatif pada Kompas.com. Sedangkan pada Tempo.co

terdapat 438 artikel perjalanan bermuatan positif dan 25 artikel bermuatan negatif pada periode yang bersamaan.

Grafik 2. Grafik Analisis Tema Isu Perjalanan Kompas.com dan Tempo.co
Periode 24 Oktober 2018-24 Desember 2018 (dalam Persentase)



Sumber: Olahan data pribadi.

Jika dihitung berdasarkan persentase, maka terdapat 92,3 persen berita perjalanan bertema positif dan 7,7 persen berita perjalanan bertema negatif pada Kompas.com dalam periode tersebut. Pada Tempo.co ditemukan berita perjalanan bertema positif lebih besar daripada Kompas.com, yakni sebesar 94,6 persen dan berita perjalanan bertema negatif sebesar 5,4 persen.

Melalui data tersebut dapat disimpulkan bahwa baik kanal *travel* Kompas.com dan Tempo.co didominasi oleh berita dengan tema positif, bahkan keduanya mencapai lebih dari 90 persen. Perbandingan yang sangat signifikan antara jumlah berita positif dan negatif ini perlu digali lebih dalam. Apalagi editor dan jurnalis sangat berpengaruh terhadap pemilihan isu itu sendiri.

Sebagai media yang tergolong besar dan memiliki akses yang luas, cara kerja jurnalis dan editor perjalanan Kompas.com serta Tempo.co menjadi hal yang wajib profesional di setiap peliputannya. Namun selektivitas isu perjalanan seakan menjadi hal yang luput dari pertimbangan. Berkembangnya informasi terkait tidak berimbangnya artikel perjalanan disertai hasil riset kuantitatif membuat selektivitas isu harus mendapatkan perhatian. Baik jurnalis maupun editor memiliki tanggung jawab dan pengaruh dalam menentukan selektivitas isu.

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang di atas, rumusan masalah dalam penelitian ini adalah "Seleksi isu dalam jurnalisme perjalanan pada kanal *travel* Kompas.com dan Tempo.co menyebabkan sejumlah permasalahan sosial dan konflik di bidang budaya."

1.3 Pertanyaan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah di atas, pertanyaan penelitian diturunkan ke dalam beberapa poin, di antaranya adalah:

- a. Apa faktor yang menyebabkan selektivitas isu dalam jurnalisme perjalanan pada kanal *travel* Kompas.com dan Tempo.co?
- b. Bagaimana keterkaitan faktor selektivitas isu dalam jurnalisme perjalanan dan nilai berita pada kanal *travel* Kompas.com dan Tempo.co?

1.4 Tujuan Penelitian

Berdasarkan pertanyaan penelitian yang telah dijabarkan di atas, maka tujuan dari penelitian ini adalah:

- a. Mengetahui faktor yang menyebabkan selektivitas isu dalam jurnalisme perjalanan pada kanal *travel* Kompas.com dan Tempo.co.
- b. Menganalisis keterkaitan faktor selektivitas isu dalam jurnalisme perjalanan dan nilai berita pada kanal *travel* Kompas.com dan Tempo.co.

1.5 Kegunaan Penelitian

Penelitian ini diharapkan memberikan sejumlah manfaat di berbagai bidang.

1.5.1 Kegunaan Akademis

Diharapkan penelitian ini dapat memberikan pandangan baru terkait jurnalisme perjalanan dalam dunia akademis. Jurnalisme perjalanan adalah bidang jurnalisme yang jarang mendapat perhatian akademisi, terutama di Indonesia. Melalui penelitian ini, diharapkan referensi terkait jurnalisme perjalanan semakin banyak dan menjadi acuan bagi penelitian selanjutnya. Selain itu, penelitian ini diharapkan dapat menganalisis relevansi selektivitas isu jurnalisme perjalanan dengan nilai berita.

1.5.2 Kegunaan Praktis

Melalui penelitian ini, diharapkan agar para jurnalis perjalanan Kompas.com dan Tempo.co meningkatkan kualitasnya dalam memproduksi artikel perjalanan. Selain itu, penelitian ini diharapkan dapat menjadi acuan

bagi sejumlah media lainnya yang juga bergerak di kanal travel agar mampu profesional dalam bekerja dalam menentukan seleksi isu perjalanan.

1.5.3 Kegunaan Sosial

Bagi masyarakat luas, penelitian ini diharapkan dapat menghasilkan pandangan baru bahwa jurnalisme perjalanan memiliki peran yang signifikan di dalam ranah ekonomi, politik, ekonomi, dan budaya. Melalui penelitian ini pula diharapkan masyarakat dapat memanfaatkan informasi terkait perjalanan dengan baik dan mampu memilah informasi.

1.6 Keterbatasan Penelitian

Pada penelitian ini, ditemukan sejumlah keterbatasan dalam pelaksanaannya. Penelitian ini dilakukan dengan metode ganda yakni kuantitatif dan kualitatif. Penelitian membutuhkan data primer yang diperoleh dari wawancara mendalam dan studi analisis data sejumlah artikel perjalanan pada Kompas.com dan Tempo.co. Pada penelitian ini, keterbatasan waktu menjadi hambatan dalam penelitian ini. Penelitian yang dilakukan dalam waktu singkat ini menimbulkan adanya potensi keterlibatan peneliti yang kurang jauh akan pemahaman terhadap responden. Hal ini juga akan memengaruhi interpretasi dari data yang telah diperoleh di lapangan.

U N I V E R S I T A S
M U L T I M E D I A
N U S A N T A R A