

# **BAB I**

## **PENDAHULUAN**

### **1.1 LATAR BELAKANG**

Seiring perkembangan zaman, teknologi semakin maju sehingga dunia jurnalistik di Indonesia berkembang dengan pesat. Lahirnya internet, memicu terjadinya persaingan yang ketat antar media massa (media *online* maupun konvensional). Menurut Wishnutama Kusumabandio (Nasution, 2020, para. 4-5) kehadiran berbagai platform digital yang sedang marak merupakan sebuah kesempatan yang baik bagi media untuk memperlebar sayapnya. Maka dari itu, platform digital memiliki peranan penting sehingga media harus beradaptasi untuk menjawab perubahan yang terjadi.

Banyak faktor yang mempengaruhi perkembangan media, salah satunya dari perkembangan teknologi. Menurut Aliansi Jurnalis Indonesia media baru hadir seiring perkembangan teknologi, selain itu faktor sosial dan ekonomi masyarakat mempengaruhi perkembangan media (Margianto & Syaefullah, 2013, p. 12). Pada tahun 2010, jumlah media daring bertumbuh pesat, sehingga seluruh media pers yang professional maupun nonprofesional harus mampu merebut perhatian khalayak (Wendratama, 2017, p. 4). Media *online* tidak hanya bersaing dengan media pers lainnya, namun bersaing juga dengan media sosial yang memberikan atau menyajikan informasi yang sedang tren. Institusi pers menghadapi tantangan

baru akibat berkembangnya teknologi informasi dan dituntut untuk mengubah strategi agar bertahan hidup (Dewan Pers, 2019, p. 4).

Media daring yang berada dalam ekosistem internet, memiliki tantangan yang berat dalam memunculkan inovasi agar menarik perhatian khalayak. Menurut Wendratama (2017, p. 5) media daring yang berhasil adalah media yang mampu memanfaatkan kelebihan internet sebaik mungkin, untuk menyajikan informasi yang dibutuhkan oleh khalayak. Media daring bersifat sangat visual, mulai dari aspek gambar, warna, hingga tampilan di layar memiliki peran sangat penting (Wendratama, 2017, p. 7). Maka dari itu, jurnalisme dalam media daring menggunakan beragam alat visual sebagai sarana pendukung dalam menyampaikan informasi kepada khalayak seperti foto, video, peta, animasi dan grafik.

Pada era digital, maraknya platform digital menyebabkan terjadinya persaingan yang ketat sehingga menuntut media untuk mampu kompeten dan berinovasi. Informasi yang disajikan kepada khalayak pun tidak sekedar memberikan informasi, namun pesan yang disampaikan untuk khalayak harus menghibur (Wendratama, 2017, p. 67). Konsekuensi bisnis pada era internet ini, membuat media daring sebagai industri kreatif harus mampu meningkatkan daya saing dalam industri bidang kreatif demi mendapatkan perhatian khalayak. Pengemasan berita dengan pembuatan yang kreatif dan menarik, membantu mendapatkan perhatian khalayak. Jadi aspek menarik pada suatu berita sangat berperan penting, untuk menarik minat dan perhatian khalayak. Sehingga ada proses kurasi, konten yang wajib ditayangkan adalah yang menarik dan penting (Mahbub, 2018, p. 50). Dalam persaingan menarik khalayak, teknik pengemasan berita pada masing-masing media pun

beragam. Penggunaan visual pada pengemasan berita, diharapkan dapat menarik perhatian khalayak. Menurut Wendratama (2017, p. 67) aspek visual pada era media *online* seperti foto, video, peta, dan grafik dalam bentuk apapun, lebih penting dibandingkan pada era media cetak.

Komik termasuk salah satu aspek visual yang menjadi alternatif wartawan dalam mengemas berita. Secara garis besar komik diartikan sebagai cerita bergambar yang diterangkan menggunakan narasi, dengan menerangkan adegan dan dialog antar tokoh yang digambarkan (Sedyawati, Hidayat, Koendoro, & Wagiono, 1999, p. 76). Di Indonesia, komik hadir pada tahun 1930 berbentuk strip bersambung dalam surat kabar atau majalah. Selain itu, surat kabar dan majalah memanfaatkan komik sebagai iklan dan bacaan hiburan, media massa memanfaatkannya karena berkembang menjadi kebudayaan populer yang mudah menyebar dan mudah dicerna (Alkatri, 2005, p. 65). Dari hasil penelitian yang dilakukan oleh Alkatri (2005, p. 79), komik dimanfaatkan oleh media massa cetak karena komik mampu memberikan kemudahan kepada masyarakat untuk memahami informasi yang disajikan dalam bentuk gambar.

Dua ratus tahun lalu, komik lahir dalam rahim jurnalisme yang diciptakan oleh Rodolphe Topffer. Bermula pada tahun 1827, Topffer pertama kali membuat sebuah cerita bergambar yang berjudul "*Les Amours de Mr. Vieux Bois*". Tidak ada yang menyangka, sebuah coretan gambaran yang diterbitkan pada surat kabar menjadi titik awal bagaimana manusia menyampaikan sebuah ide dan gagasan. Coretan tersebut menjadi sebuah budaya populer yang diminati oleh berbagai kalangan (Topffer, 2007). Pria kelahiran asal Geneva di Negeri Eropa ini, disebut

sebagai *Father of Comic Strip* karena berhasil mengembangkan konsep komik, dimana menggabungkan antara kata dengan gambar menjadi sebuah komik strip. Karyanya menjadi sangat terkenal hingga ke seluruh pelosok dunia (Kunzle, 2007, p. 3-4).

Dengan seiring berkembangnya komik, komik lebih identik dengan cerita yang fiksi. Kemudian, komik dikembangkan menjadi alat untuk mengembangkan ilmu pengetahuan, menjadi serial buku agama, maupun filsafat (Yahya, 2008, p. 364). Menurut Alkatri (2005, p. 66), bentuk dan sifat komik yang mudah dicerna oleh berbagai kalangan menjadikannya sebagai budaya populer. Oleh sebab itu, berbagai produsen media massa menggunakan komik sebagai iklan maupun bacaan hiburan.

Biasanya dalam praktik jurnalisme, komik digunakan oleh media massa sebagai bahan pelengkap. Sebagai contoh, media memuat kartun berisi sindiran atau kritikan pada suatu peristiwa atau tokoh dengan mencampurkan fakta dan imajinasi. (Jurnaliskomik, 2020, para. 2-3). Joe Sacco adalah seorang jurnalis sekaligus komikus asal Amerika yang berhasil menggabungkan konsep antara jurnalistik dengan komik. Salah satu karyanya yang terkenal berjudul "*Palestine*" yang menceritakan pengalamannya di wilayah Tepi Barat dan Jalur Gaza. Beberapa karya Sacco yang terkenal antara lain *Save Area Gorazde* (2000), *The Fixer* (2003), dan *Footnotes in Gaza* (2009). Karya Sacco masuk ke dalam kategori jurnalisme komik, karena karya yang dibuat berdasarkan hasil reportase (Setiawan, 2020, para. 1).

Sedangkan di Indonesia, cerita bergambar yang berkonsep jurnalisme komik pertama kali diterbitkan pada tahun 1965. Cerita bergambar tersebut yang berjudul “*Indramaju Tak Terlupakan*”, merupakan hasil dari reportase yang menceritakan konflik lahan antara petani dengan Jawatan Kehutanan pada 15-16 Oktober 1964. Cerita bergambar ini terbit pada koran *Harian Rakjat* yang berafiliasi dengan Partai Komunis Indonesia (PKI) yang terbit pada 14 Maret 1965 (Setiawan, 2020, para. 3-4).

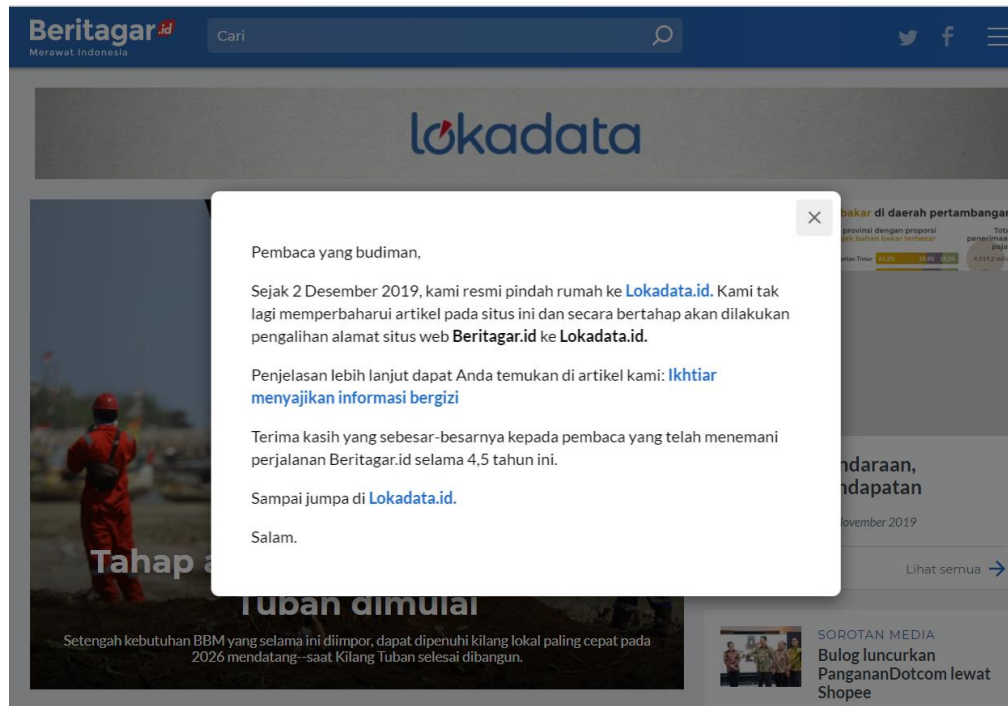
Namun, hadirnya jurnalisme komik di Indonesia masih belum dikenal oleh masyarakat. Direktur Spora Dedi mengatakan bahwa jurnalisme komik adalah genre baru di dunia jurnalisme dan komik (Genre Jurnalisme Komik Lahir di Bengkulu, 2014, para. 3-5). Dikatakan jurnalisme komik karena karya yang dihasilkan merupakan gabungan dari komik, teks, dan foto yang berbasis data dan fakta dengan menggunakan metodologi jurnalistik.

Tujuan dari jurnalisme komik adalah untuk membuat masyarakat memahami suatu isu. Iskandar (dalam Roeslie, 2019, para. 2-5) sebagai salah satu komikus dari Komik Faktap menghadiri seminar kampus Universitas Multimedia Nusantara, ia mengatakan bahwa manusia adalah makhluk visual. Maka dari itu, gambar lebih mudah diserap oleh otak dibandingkan dengan kata-kata. Dari komik pun bisa menjadi suatu medium dalam menyampaikan opini hingga dapat mempengaruhi banyak orang. Jadi jurnalisme komik efektif dalam menyiarkan informasi kepada khalayak.

Salah satu media *online* yang menggunakan konsep jurnalisme komik di Indonesia adalah Lokadata.id. Tiglie Sigilipoe adalah ilustrator dari Lokadata.id, menyampaikan bahwa setiap karya komik yang dihasilkan oleh jurnalisme komik memiliki tujuan yaitu agar masyarakat lebih memahami suatu berita. Agar lebih mudah dipahami pembaca, jurnalisme komik harus memiliki karakter yang sederhana untuk membahas hal-hal yang memiliki ikatan emosional pembaca (Rasyida, 2017, para. 1-4). Alasan Beritagar.id menggunakan jurnalisme komik untuk merekonstruksi peristiwa berdasarkan tafsiran subjektif. Kemudian dapat menampilkan sketsa sosial dalam kehidupan Indonesia (Rentjoko, 2017, para. 2-5). Komik edisi pertama yang diterbitkan oleh Beritagar.id menjelaskan tentang pengguna sepeda motor abai terhadap hak pejalan kaki atas trotoar yang diterbitkan pada 20 April 2016 (Rentjoko, 2017, para. 4).

Sebelumnya nama Lokadata.id adalah Beritagar.id, tetapi Beritagar.id beralih ke Lokadata.id sejak 2 Desember 2019. Hal tersebut disampaikan ketika membuka laman Beritagar.id. Alasan beralih Lokadata.id, karena nama Lokadata merupakan ikhtiar media tersebut untuk lebih memahami apa yang sedang terjadi, dan mengukur bagaimana dampak terhadap kehidupan masyarakat. Lokadata merupakan simbol semangat, agar memberikan informasi terkini, dan lebih dekat dengan perkembangan zaman (Redaksi Lokadata, para. 2-3, 2019).

Gambar 1.1 - Pengumuman Pengalihan Lokadata.id



Sumber: Beritagar.id, 2019

Lokadata.id melibatkan teknologi AI (*Artificial Intelligence*) ke dalam kerja jurnalistik, agar bisa memberikan banyak data yang dikumpulkan, dibaca, dan dianalisa oleh mesin atau kecerdasan buatan. Lokadata.id memanfaatkan teknologi AI secara penuh, untuk laporan yang bersifat repetitif. Maksudnya, jenis laporan yang dilakukan oleh robot seratus persen, seperti laporan saham, gempa bumi, sepak bola, dan indeks kualitas udara (Agung, 2019, para. 7-9). Hal tersebut dapat membantu manusia memaknai berbagai data raksasa.

Berita yang disajikan pada laman Lokadata.id, terbagi menjadi beberapa kanal yaitu pada kanal berita, data, living data, edisi khusus, robotorial, visual, sorotan media dan laporan khas. Pada kanal visual, Lokadata.id membagi menjadi empat

bagian konten yaitu video, infografik, komik, dan kartun. Lokadata.id menggunakan pemasaran visual dalam menyampaikan pesan kepada target khalayaknya. Kemudian, *storytelling* yang menarik akan membuat ikatan emosional khalayak mampu mengingat produk tersebut menjadi produk *top of mind* (Lokadata, 2020, para. 5-6). Dari hasil penelitian Agam dan Baksin (2019, p. 154), menjelaskan bahwa komik adalah gambar yang sama dengan karikatur. Namun yang membedakan adalah komik harus menceritakan gambar tersebut, sedangkan karikatur adalah objek yang nyata yang digambar.

Dalam pembuatan komik jurnalistik, Tito Sigilipoe sebagai seorang ilustrator dituntut untuk menyampaikan berita yang disiarkan dengan medium komik dari hasil rapat redaksi. Menurut Tito pembuatan komik itu seperti mengawinkan gambar dan teks, kemudian ada gambar dengan bagian-bagian yang harus ditulis. Komik yang mudah dipahami harus menggunakan warna flat agar ukuran gambar tidak pecah. Selain itu, karakter desain harus detail untuk tokoh spesifik dan karakter yang sederhana. Tujuannya untuk membahas hal yang memiliki ikatan emosional dengan khalayak yang membaca (Rasyida, 2017, para. 6-8).



Gambar 1. 2 Komik: Salon dan barber di rumah selama KDR/PSBB

lokadata

VIRUS KORONA

## Komik: Salon dan barber di rumah selama KDR/PSBB

Antyo Rentjoko · 30/04/2020 08:08 WIB

PANGKAS DAN CAT RAMBUT MANDIRI  
MUMPUNG SWAKARANTINA, KAPAN LAGI!

SALON ADALAH SALAH SATU KEGIATAN YANG DITUTUP\* SEMENARA DI MASA PANDEMI.

SWAKARANTINA YANG DIPERLUJANG MENYINGKATKAN PENYAKIT RAMBUT DAPAKAN.

\*1 TERKAIT DI ASURANSI NOMOR 154/16/2020 TENTANG PERALANGAN PENUTUPAN SEMENARA KEGIATAN OPERASIONAL INDUSTRI FARMASIA DALAM URUN KEMUNDURAN TERHADAP PENLAR-AN COVID-19

YAKIN NIH DITERUSIN?

NYA, YAYE BURUAN!

ADA KALI PERTAMA UNTUK SEGALA HAL. KAPAN LAGI MENCOBA HAL BARU.

FRANSKAS RAMBUT MANDIRI ADALAH UPAYA MEMECAHKAN MASALAH SENDIRI DAN PENYALURAN HERRAT BEREKSPERIMEN. MUMPUNG TIDAK BERTEMU BANYAK ORANG.

KAN LIBUR KULIAH NGGAK KETEMU BANYAK ORANG.

ENGGAK ADA DOSEN YANG BIKIN ATURAN SOAL RAMBUT SELAMA KULIAH ONLINE, JADI YA UDIAH CAT AJA.

MAHASISWA, MUMPUNG KULIAH ONLINE. TIDAK ADA ATURAN RAMBUT.

SELANUTNYA!

BENTAR YAH LAGI CARI TUTORIALNYA.

YANG GAMPANG BUAT AYAH

GAYA RAMBUT BISA DICARI DI INTERNET. CAT RAMBUT BISA DIBELI DI TOKO ONLINE.

KEPALA LICIN TAPI BEREWOK, BIARIN.

BUAT KOMPENSASI, SUPAYA RAMBUTNYA GAK CLIMA DI ALIS.

DEMI SUAMI, JADI BARBER ASGAR SEMINGGU SEKALI NGGAK MASALAH.

SEMOSA MEMEMUKAN KESENANGAN BERSAMA KELUARGA SAAT MENJAJAL HAL BARU.

lokadata

Cerita: Antyo R & Tito S  
Gambar: Tito Sigilipoe

lokadata.id | April 2020  
@lokadataID | facebook.com/lokadataID

KDR/PSBB menghasilkan keterampilan baru. Mengecat rambut dan mencukur rambut. Bagus untuk mengatasi kejenuhan. | Tito Sigilipoe / Lokadata.id

Sumber: Lokadata.id,2020

Pada gambar 1.2 adalah salah satu berita yang diterbitkan Lokadata.id dengan menggunakan konsep jurnalisme komik, yang dibuat oleh Tito Sigilipoe sebagai komikus dan Antyo Rentjoko sebagai reporter. Sedangkan pada gambar 1.3 adalah tulisan sebagai pelengkap untuk menjelaskan komik tersebut. Komik jurnalistik tersebut berjudul “Komik: Salon dan Barber di Rumah Selama KDR/PSBB” diterbitkan pada 30 April 2020. Berita ini menjelaskan bahwa selama terjadinya PSBB (Pembatasan Sosial Berskala Besar) yang dinilai efektif mencegah corona, membuat masyarakat memangkas rambut dan cat sendiri di rumah masing-masing. Kemudian di bawah komik, lebih sedikit dijelaskan bahwa internet menjadi panduan masyarakat untuk menata rambut dan toko *online* menjadi tempat membeli alat cukur yang dibutuhkan. Di bawah kolom komik terdapat *caption* “KDR/PSBB menghasilkan keterampilan baru. Mengecat rambut dan mencukur rambut. Bagus untuk mengatasi kejenuhan”, kemudian tertulis nama Tito Sigilipoe sebagai ilustrator. Cerita pada komik tersebut merupakan hasil kolaborasi Antyo Rentjoko dan Tito Sigilipoe. Namun, ilustrasi terpampang dengan jelas digambar oleh Tito Sigilipoe. Terkadang Tito sendiri yang membuat cerita dan ilustrasi, sedangkan Antyo sebagai reporter yang meliput peristiwa yang telah terjadi.

*Gambar 1. 3- Sebagai pelengkap teks berita pada gambar 1.2*

**TERAMPIL** | Akibat peliburan sekolah dan tempat kerja, ditambah PSBB yang mengharuskan salon kecantikan tutup, banyak orang menjadi kapster dan barber domestik. Menjadi pemain amatir karena darurat.

Panduan daring dari internet untuk menata rambut selalu tersedia. Peralatan dan bahan cat rambut, serta aneka pencukur dan pemangkas rambut tersedia di toko daring. Kurang apalagi?

Kelak setelah badai berlalu, banyak orang akan mengantre salon dan barber. Untuk merapikan hasil swakriya darurat tanpa gawat.

Sumber: Lokadata.id,2020

Dalam pembuatan komik jurnalistik di Lokadata.id, wartawan dan komikus berkolaborasi membuat suatu berita yang dijadikan ke dalam bentuk komik jurnalistik. Pembuatan komik jurnalistik menuntut wartawan dan komikus untuk melakukan aktivitas jurnalistik dan menerapkan etika jurnalistik, mulai dari pengumpulan data hingga proses pembuatan komik dalam bentuk berita. Hal yang paling penting wartawan harus objektif dalam pemberitaan, dimana wartawan harus menyajikan fakta-fakta yang terjadi bukan opini wartawan terhadap peristiwa yang terjadi (Santana, 2017, p. 140). Sedangkan komikus harus mempunyai kemampuan menulis cerita dan menggambar yang baik. Selain itu, komikus harus memiliki sikap disiplin dan persistensi yang tinggi (Yuniarto, et al., 2017, p. 8).

Jurnalisme komik yang terbilang genre baru pada era digital, karena memiliki sedikit praktisi dan akademisi mengenai wartawan dan komikus. Hal tersebut menjadi banyak perdebatan karena terjadinya kekosongan teori. Hal yang menjadi perdebatan adalah kegiatan jurnalistik yang melarang komikus atau wartawan melakukan pencampuran antara fakta dan opini. Selain itu, ilustrasi komik yang

dihasilkan berasal dari imajinasi atau opini pribadi dari komikus (Jurnaliskomik, 2020, para. 3). Menurut Sacco (2012, p. xii), terjadinya perdebatan bahwa jurnalis komik menggambar berasal dari kebenaran objektif ataupun secara alamiah menggambar secara subjektif. Namun, Joe Sacco (2012, p. xi) sebagai jurnalis sekaligus komikus, mengungkapkan bahwa ketika kehadiran jurnalisme dalam bentuk komik, seorang komikus mempunyai pandangan yang subjektif. Sacco (2012, p. xii) berusaha menggambar subjek seakurat mungkin. Namun, bila Sacco tidak melihat suatu objek atau tempat yang dilihat oleh dirinya sendiri, ia akan menggambar berdasarkan informasi di dalam imajinasi. Imajinasi tersebut berdasarkan informasi yang telah dikumpulkan berdasarkan sumber kredibel (Sacco, 2012, p. xii).

Menurut McQuail dan Deuze (2020, p. 215), objektivitas adalah sikap khusus media dalam melakukan pengumpulan data, proses, dan penyebaran informasi. Pada proses *observing* dan *reporting*, wartawan seharusnya tidak terkontaminasi oleh subjektivitas individu. Wartawan juga tidak mengubah realitas yang terjadi di lapangan. Maksudnya, wartawan harus melaporkan secara adil dan jujur dalam menyampaikan informasi. Dalam penelitian Westerstahl, kerangka objektivitas terdiri dari faktualitas dan imparsialitas, kemudian faktualitas dan imparsialitas terbagi menjadi beberapa komponen (Westerstahl, 1983, p. 404). Menurut Westerstahl (1983, p. 404), komponen faktualitas terdiri dari kebenaran dan relevansi, sedangkan komponen imparsialitas terdiri dari berimbang dan netral. Menurut Sacco (2012, p. xiv), jurnalis pada umumnya menerapkan *cover both sides* sebagai bentuk sajian informasi yang berimbang, sedangkan dalam komik

jurnalistik harus melakukan hal yang benar. Sebagai komikus sekaligus wartawan, Joe Sacco menuangkan informasi ke dalam komik jurnalistik berdasarkan suatu isu atau peristiwa yang ingin diceritakan kepada publik. Pemilihan isu atau peristiwa berdasarkan simpati dari diri Sacco (Sacco, 2012, p. xiv).

Penelitian Louw (2020, p. 70) melihat bahwa jurnalisme komik merupakan sebuah seni berdasarkan persilangan antara teks dan gambar yang harus diapresiasi karena kompleksitasnya, bukan secara hiburan semata. Joe Sacco sebagai jurnalis sekaligus komikus, menerapkan jurnalisme dengan keterampilan ahli dimana berhasil menggambarkan kerumitan temporer. Kerumitan temporer yang dimaksud adalah hubungan paradoks antara realitas dan penemuan, objektivitas dan subjektivitas, fakta dan narasumber yang dapat diverifikasi, dan yang terakhir tanggung jawab sosial dan persyaratan komersil.

Berdasarkan temuan penelitian Agam dan Baksin (2019, p. 154), reporter pasti melakukan peliputan dan mengumpulkan informasi yang berada di lapangan, sedangkan komikus tidak diwajibkan melakukan peliputan di lapangan. Bila komikus terjun secara langsung melakukan peliputan, menjadi poin lebih untuk menggambarkan suasana pada komik sehingga memudahkan pada proses penggambaran. Selain itu, objektivitas jurnalisme berdasarkan dari fakta dari sumber-sumber yang kredibel, sedangkan hasil gambaran dari *Jurnaliskomik.com* merupakan hasil subjektivitas komikus. Maka dari itu, komikus pun disebut sebagai narator karena membuat cerita dari data dan hasil liputan dari reporter.

Kode etik jurnalistik pada pasal 1 (Nugroho & Samsuri, 2013, p. 291), berisikan “ Wartawan Indonesia bersikap Independen, menghasilkan berita akurat, berimbang dan tidak beritikad buruk.” Dalam penafsiran akurat, dapat diartikan bahwa dipercaya benar sesuai keadaan objektif ketika peristiwa terjadi. Wartawan memang dituntut untuk objektif dalam meliput suatu berita, sedangkan dalam konsep jurnalisme komik, komikus menggambar ilustrasi berdasarkan pemikiran yang subjektif (Sacco, 2012, p. xii). Sacco (2012, p. xii) mengungkapkan bahwa dirinya berusaha menggambar orang-orang dan objek seakurat mungkin, namun hal tersebut berdasarkan pemikirannya. Maka dari itu, Sacco mengaku bahwa dirinya subjektif karena gambar yang dihasilkan berdasarkan pemikiran dirinya.

Maka dari itu, peneliti melihat bahwa terjadinya pro dan kontra tentang kegiatan jurnalistik yang melarang mencampurkan fakta dan opini wartawan dan komikus. Sedangkan komik jurnalistik adalah hasil ilustrasi yang digambar berdasarkan subjektif komikus. Dari hal yang telah dijabarkan, peneliti melihat belum adanya paparan yang membicarakan tentang bagaimana bagaimana kaidah-kaidah objektivitas yang berlaku untuk jurnalisme komik. Maka dari itu, penelitian ini menjadi celah karena belum adanya penelitian yang mendefinisikan objektivitas untuk produk komik jurnalistik. Penelitian ini penting untuk diteliti karena penelitian ini mengulas dan mencoba mencari tahu bagaimana jurnalisme komik memaknai objektivitas dalam pemberitaan dalam bentuk komik.

Berdasarkan data yang telah dipaparkan, untuk itu peneliti ingin mengetahui bagaimana konsep objektivitas pada nilai faktualitas yang dikembangkan oleh Westertahl dimaknai dan diadopsi oleh tim jurnalisme komik di Lokadata.id dalam

memproduksi komik jurnalistik. Penelitian ini melihat bagaimana keobjektivitas wartawan dan komikus dalam menyajikan berita dari segi sisi faktualitas. Peneliti memilih topik bagaimana konsep jurnalism komik diterapkan di Lokadata.id, karena konsep jurnalisme komik di Indonesia telah lahir sejak tahun 1965, sedangkan pada era digital ini komik digunakan sebagai hiburan dan iklan. Lalu peneliti memilih Lokadata.id sebagai subjek, karena Lokadata.id dikenal sebagai media dengan fokus utama jurnalisme data dan riset. Lokadata.id sebagai salah satu media *online* yang menyajikan berita dengan medium komik. Jurnalisme komik Lokadata menuangkan informasi ke dalam bentuk komik berdasarkan fakta dan realitas yang terjadi.

## **1.2 RUMUSAN MASALAH**

Objektivitas yang dikembangkan oleh Westerstahl, terbagi menjadi dua unsur yaitu faktualitas dan imparsialitas. Pada prinsip faktualitas, terbagi lagi menjadi dua komponen yaitu *truth* dan *relevance*. Berdasarkan latar belakang yang telah diuraikan, rumusan dari penelitian ini adalah bagaimana konstruksi prinsip faktualitas sebagai bagian salah satu komponen objektivitas, yang dimaknai dan diadopsi oleh jurnalis komik Lokadata.id dalam proses produksi komik jurnalistik?

## **1.3 PERTANYAAN PENELITIAN**

- a. Bagaimana konstruksi pemaknaan yang diadopsi oleh jurnalisme komik Lokadata.id terhadap nilai *truth* dalam produksi komik jurnalistik?
- b. Bagaimana konstruksi pemaknaan yang diadopsi oleh jurnalisme komik Lokadata.id terhadap nilai *relevance* dalam produksi komik jurnalistik?

## **1.4 TUJUAN PENELITIAN**

- a. Untuk mengetahui konstruksi pemaknaan yang diadopsi oleh jurnalisme komik Lokadata.id terhadap nilai *truth* dalam produksi komik jurnalistik.
- b. Untuk mengetahui konstruksi pemaknaan yang diadopsi oleh jurnalisme komik Lokadata.id terhadap nilai *relevance* dalam produksi komik jurnalistik.

## **1.5 KEGUNAAN PENELITIAN**

### **a. Kegunaan Akademis**

Kegunaan akademis dari penelitian ini adalah untuk menambah wawasan baru terkait konsep jurnalisme komik di masa era digital. Selain itu, penelitian ini untuk mengetahui bagaimana jurnalisme komik melakukan pemaknaan dan penerapan pada prinsip-prinsip objektivitas. Penelitian ini diharapkan memberikan kontribusi terhadap studi dalam konstruksi pemaknaan faktualitas salah satu nilai objektivitas dalam setiap proses pembuatan komik jurnalistik di media *online* dan dapat menjadi kontribusi tambahan mengenai konsep jurnalisme komik.

### **b. Kegunaan Praktis**

Kegunaan praktis dari penelitian ini adalah untuk mengetahui bagaimana efisiensi fungsi jurnalisme komik. Penelitian ini berfungsi sebagai acuan media untuk semakin mengembangkan kreatifitas jurnalisme komik. Penelitian ini dapat digunakan untuk melihat bagaimana pembentukan sikap masyarakat setelah adanya jurnalisme komik. Selain



itu, penelitian ini agar komikus dan wartawan dapat menerapkan konsep objektivitas pada pembuatan komik jurnalistik.

**c. Kegunaan Sosial**

Penelitian ini diharapkan menjadi wawasan baru bagi masyarakat. Konsep jurnalisme komik dapat membantu masyarakat yang malas dan sulit memahami teks berita. Selain itu, komik dapat membantu masyarakat dalam memahami suatu isu atau peristiwa yang tidak dapat dijelaskan dengan kata-kata.

## **1.6 KETERBATASAN PENELITIAN**

Penelitian ini terbatas, karena peneliti hanya fokus pada redaksi pembuatan komik jurnalistik di Lokadata.id. Fokus peneliti pada konstruksi pemaknaan prinsip faktualitas pada salah satu nilai objektivitas jurnalisme komik di Lokadata.id. Penelitian ini tidak bertujuan untuk menggeneralisasi temuan untuk praktik pembuatan komik jurnalistik di media yang lain.