

# BAB I

## PENDAHULUAN

### 1.1 Latar Belakang

Studi yang dilakukan oleh tim riset Massachusetts Institute of Technology tahun 2018 menunjukkan bahwa jika dibandingkan dengan berita yang benar, berita palsu terbukti lebih awet umurnya, lebih jauh dan luas jangkauannya, lebih cepat perjalanannya mencapai publik, serta lebih mendalam efeknya terhadap masyarakat luas (Unesco, 2019, p.5). Informasi dengan judul yang tepat, akurat, baik, dapat membantu publik memberikan rasa aman dalam memahami kebijakan publik yang sedang dikerjakan oleh pemerintah.

Berita yang akurat dalam pembahasan dan pengesahan kebijakan publik RUU Cipta Kerja penting untuk diketahui masyarakat karena terdapat poin-poin krusial yang tidak sesuai dengan kebijakan aslinya seperti banyaknya berita bohong yakni seperti dipermudahnya tenaga kerja asing bekerja di Indonesia, status pekerja kontrak seumur hidup, hingga jumlah uang pesangon yang hilang. Hal yang begitu kompleks dan rumit ditambah dengan judul *clickbait* seperti contoh berita dari media online suara.com yang diterbitkan pada tanggal 6 Oktober 2020 dengan judul “Drama Mikrofon Mati saat Sidang RUU Cipta Kerja, Puan Maharani jadi Sorotan”. Selain itu terdapat contoh judul *clickbait* lainnya dari media

daring *detik.com* yang diterbitkan pada 17 Oktober 2020 dengan judul “Keras! Luhut Sentil Eks Pejabat Terkait Aksi Tolak UU Cipta Kerja”.

Dalam era digital masa kini informasi dengan cepat dan mudah didapatkan. Informasi merupakan kebutuhan masyarakat pada saat ini. Hal ini terjadi karena adanya perkembangan teknologi berupa internet. Perkembangan teknologi membuat pola budaya masyarakat berubah dalam mencari berita. Sekarang hanya mengandalkan *smartphone* banyak informasi yang bisa didapatkan (Setiawan, 2017, p. 1).

*Katadata.com* memperkirakan pertumbuhan penetrasi telepon pintar di Indonesia akan terus meningkat pada tahun 2017 sekitar 24% pengguna *smartphone* di Indonesia dan tahun berikutnya yakni 2018 sekitar 26%. Selain itu data *Statistik*, pengguna *smartphone* diproyeksikan baru mencapai 28% dari total penduduk Indonesia pada 2019, naik 2% dari tahun sebelumnya. Angka ini akan merayap pelan hingga empat tahun ke depan yang diramal sekitar 33% dari total penduduk Indonesia (Muchamad Nafi, 2019, p. 1).

Jumlah penduduk Indonesia yang mencapai 250 juta jiwa adalah pasar yang besar. Pengguna telepon pintar di Indonesia juga bertumbuh dengan pesat. Lembaga riset digital marketing Emarketer memperkirakan pada 2018 jumlah pengguna aktif *smartphone* di Indonesia lebih dari 100 juta orang. Dengan jumlah sebesar itu, Indonesia akan menjadi negara dengan pengguna aktif telepon pintar terbesar keempat didunia setelah Cina, India, dan Amerika. (Kominfo, 2015, p. 1)

Berdasarkan hasil studi Polling Indonesia yang bekerja sama dengan Asosiasi Penyelenggara Jasa Internet Indonesia (APJII), jumlah pengguna internet

di Indonesia tumbuh 10,12 persen. Hasilnya, menurut Henri, dari total populasi sebanyak 264 juta jiwa penduduk Indonesia, ada sebanyak 171,17 juta jiwa atau sekitar 64,8 persen yang sudah terhubung ke internet. Dari seluruh pengguna internet di Indonesia, diketahui mayoritas yang mengakses dunia maya adalah masyarakat dengan rentang usia 15 hingga 19 tahun (Pratomo,2019,p.1.).

*Clickbait* tidak terjadi begitu saja, tetapi terdapat bagian dari jurnalis untuk membuat judul yang menarik perhatian khalayak banyak serta memanipulasi emosi sehingga pembaca tidak mampu untuk melewati judul tersebut. Hal tersebut terjadi karena ada kesenjangan informasi (*information gap*) antara hal yang diketahui dan hal yang tidak ingin diketahui oleh khalayak. Kesenjangan informasi semacam itu menghasilkan perasaan kehilangan sesuatu. Oleh karena itu hal yang menarik untuk dikaji secara lebih mendalam adalah *clickbait* apa saja yang digunakan oleh media daring untuk menarik perhatian pembaca serta hubungannya dengan pembaca serta hubungannya dengan pembaca sebagai konsumen (Kominfo, 2019, p. 2).

Liputan6.com merupakan salah satu portal berita media online yang sudah terdaftar dan terverifikasi di Dewan Pers Indonesia. Liputan6.com juga termasuk media *online* terpopuler di Indonesia menurut data SimilarWeb. Selain itu Liputan6.com meraih penghargaan The Best Digital Product (Produk Digital Terbaik) di Kategori "News & Magazine App" dan The Best Website (Situs Terbaik) di kategori "Situs Berita" di ajang Social Media Award (SMA) dan Digital Marketing Award (DMA) 2016. Liputan6.com merupakan salah satu media *online* yang langka dimana konten beritanya terdapat di televisi dan *aplikasi digital*

*download.*

Sesuai dengan tujuan kegiatan jurnalistik dalam rangka mempengaruhi khalayaknya, unsur keindahan sajian produk lah yang sangat diutamakan. Indah di sini dalam arti dapat diminati dan dinikmati. Karena itu selain dibentuk dalam berbagai jenis, berita pun disajikan dengan konstruksi tertentu. Dalam hal ini, keseluruhan bangunan naskah berita terdiri dari empat unsur, yaitu: judul berita, *lead*(teras berita), *body*(tubuh berita), dan *ending* (penutup berita) (Barus, 2010, p. 87).

Pada dasarnya, penulisan dalam berita mempunyai aturan-aturan tertentu, yakni berkenaan dengan cara penulisan judul berita, teras berita (*lead/intro*), tubuh berita (*body*), dan bagian penutup (Djuraid, 2009, p. 78) dalam bukunya yang berjudul Panduan Menulis Berita menjelaskan bahwa dalam pembuatan berita, harus ada kesinambungan antara judul, *lead*, isi, dan penutup berita. Ini penting agar pembaca bisa mendapat informasi yang lengkap dalam sebuah berita.

Maka dari itu, penulis ingin mengetahui apakah media *online*, khususnya di Liputan6.com telah menerapkan kaidah teknik penulisan dalam hal pemilihan jenis *lead* (teras berita) dan judul (pembuka berita). Media daring harus lebih menerapkan konsep dan mempunyai strategi dalam menarik minat khalayak agar memilih portalnya untuk membaca informasi dan pastinya agar bisa bersaing dengan media lain.

Semua unsur tersebut sangat penting dalam berita, tetapi teras berita dan bagian pembuka berita juga tak kalah pentingnya. Teras berita menggambarkan isi berita secara keseluruhan, dan bagian pembuka berita merupakan suatu awal dari

isi berita. Agar khalayak mudah mengerti suatu berita, jurnalis yang membuatnya harus menegaskannya pada bagian teras dan pembuka berita.

## **1.2 Rumusan Masalah**

Berlandaskan penjelasan latar belakang masalah di atas, maka dapat disimpulkan rumusan masalah penelitian adalah “Bagaimana kecenderungan pemberitaan media Liputan6.com dalam mengangkat isu tentang Rancangan Undang-undang Cipta Kerja ditinjau dari sudut pandang penggunaan judul dan lead berita?”. Sementara, rumusan masalah teoritis untuk penelitian ini adalah “penelitian mengenai jenis judul dan jenis *lead* berita tidak banyak dilakukan pada bidang jurnalistik di Indonesia”

## **1.3 Pertanyaan Penelitian**

Pemberitaan di media *online* Liputan6.com selama ini tidak mengetahui menggunakan jenis judul dan jenis *lead* yang sesuai atau tidak dengan ilmu atau kaidah jurnalistik dalam penulisan sebuah berita. Oleh karena itu, jika dilihat dari penjabaran sebelumnya timbul beberapa pertanyaan, yaitu:

1. Bagaimana kecenderungan media liputan6.com dalam menggunakan judul berita guna meliput kasus Rancangan Undang-Undang Cipta Kerja?
2. Bagaimana kecenderungan media liputan6.com dalam menggunakan *lead* berita guna meliput kasus Rancangan Undang-Undang Cipta Kerja.

## **1.4 Tujuan Penelitian**

Adapun tujuan dari penelitian ini, yaitu:

1. Mengetahui bagaimana kecenderungan media liputan6.com dalam menggunakan judul berita guna meliput kasus Rancangan Undang-Undang

Cipta Kerja.

2. Mengetahui bagaimana kecenderungan media liputan6.com dalam menggunakan *lead* berita guna meliput kasus Rancangan Undang-Undang Cipta Kerja.

## 1.5 Kegunaan Penelitian

Manfaat dari penelitian ini terbagi menjadi dua, yaitu manfaat secara teoritis dan manfaat secara praktis, berikut penjabarannya:

### 1.4.1 Kegunaan Akademis

Penelitian ini diharapkan dapat memiliki pandangan terhadap Teori Tanggung Jawab Sosial dan bagaimana teori ini diterapkan di media. tentang pedoman penulisan judul dan *lead* pada suatu berita. Selain itu penelitian ini juga diharapkan dapat menunjukkan fakta mengenai penggunaan jenis judul dan jenis *lead* oleh liputan6.com sesuai dengan kaidah jurnalistik.

### 1.4.2 Kegunaan Praktis

Penelitian ini dapat menjadi referensi bagi peneliti lain dan yang akan melakukan penelitian yang sama dengan penelitian yang telah ada. Selain itu, penelitian ini diharapkan dapat memberi masukan kepada wartawan mengenai pedoman dalam menulis berita, terutama tentang jenis judul dan jenis *lead* pada berita dengan baik dan benar.

### 1.4.3 Kegunaan Sosial

Penelitian ini dapat memberikan pengetahuan tentang jenis judul dan jenis *lead* pada media online. Selain itu, penelitian ini diharapkan dapat memberi masukan kepada masyarakat mengenai bagaimana melihat sebuah berita dari perspektif jenis judul dan jenis *lead* yang baik dan benar sesuai dengan Kode Etik Jurnalistik.