

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Karya

Jurnalisme menurut Weiner dalam buku *Jurnalisme Dasar: Panduan Praktis Para Jurnalis* (Musman dan Mulyadi: 2017, p 1). adalah proses pengumpulan fakta melalui penulisan, penyuntingan, dan penyiaran berita. Salah satu kegiatan terpenting dalam jurnalisme adalah proses pengumpulan fakta yang nantinya akan dimuat menjadi berita. Hal tersebut dinilai penting karena dalam menyebarkan fakta, para jurnalis diharapkan mencari narasumber yang dianggap mempunyai jawaban secara jelas atas pertanyaan masyarakat. Jurnalistik dalam bahasa Inggris disebut juga *Journalism* dan seringkali disebut *literature in a hurry*, karena dalam jurnalistik para jurnalis dituntut untuk memuat berita dengan kecepatan (Hikmat: 2018, p 90).

Dalam karya audio visual ini, penulis memfokuskan pada topik jurnalisme *infotainment* seputar pemberitaan gosip selebriti dan apakah jurnalis *infotainment* dianggap sebagai jurnalis profesional? Jurnalisme *infotainment* bisa disebut sebagai *soft journalism*, yaitu jenis jurnalisme yang menawarkan berita sensasional, lebih personal terhadap selebritas sebagai perhatian dalam proses peliputannya (Yuliawati dan Widiarti: 2019, p 237). Berita yang mengandung gosip yang bombastis dan sensasional soal kehidupan para selebriti, jadi faktor besarnya pemberitaan *infotainment* begitu digemari. Tidak bisa disalahkan sepenuhnya terhadap jurnalis *infotainment*, pasalnya pemberitaan seperti itu termasuk dalam konsep berita bernama *News As Sensation* (Berita Sebagai Sensasi). Dimana terdapat unsur yang mengejutkan, menggegerkan, atau mengharukan bagi pembaca, akan menarik pembaca yang lain (Hikmat: 2018, p 149).

Mengutip data Nielsen melalui Katadata, program berita *infotainment* Silet masih menjadi program nomor satu dalam tayangan *infotainment* di tahun 2021, dengan rating 2 (Pahlevi, 2022). Tujuan dari program *infotainment* awalnya memberikan informasi dari dunia hiburan yang belum banyak di angkat oleh

media, tetapi melihat peluang bisnis pemberitaan *infotainment* semakin digemari khalayak. Pemberitaan *infotainment* kini saling bersaing memberitakan hal yang sensasional soal selebriti guna mendapatkan atensi lebih banyak (Yuliawati dan Widiarti: 2019).

Salah satu faktor yang menyebabkan maraknya tayangan *infotainment* di layar kaca adalah murahnya biaya produksi jenis program ini dan tingginya minat pengiklan (Junaedi dan Nur: 2010, p 135). Hal tersebut menjadikan perebutan *traffic* soal pemberitaan siapa yang paling sensasional soal selebritis, maka dialah pemenangnya. Bahkan para jurnalis *infotainment* “menghalalkan segala cara” untuk bisa mendapatkan atensi soal topik para selebritis, tidak jarang dari jurnalis *infotainment* melanggar kode etik saat membuat berita.

Contoh kasus dari akun Twitter Arie Kriting di bulan Desember 2022. Jurnalis *infotainment* sempat jadi *trending* topik, dikarenakan telah melanggar hak privasi dari Arie Kriting perihal wawancara. Pasalnya para jurnalis yang ingin mewawancarai Arie Kriting seakan meneror, sehingga membuat narasumbernya merasa tidak nyaman. Disebutkan beberapa jurnalis juga terlihat memasuki rumah Arie Kriting tanpa persetujuan dari narasumber.

Hal tersebut melanggar kode etik jurnalistik Pasal 9, Wartawan Indonesia menghormati hak narasumber tentang kehidupan pribadinya, kecuali untuk kepentingan publik (Dewan Pers: 2013). Diharuskan adanya kesepakatan wawancara antara jurnalis dengan narasumber (Musman dan Mulyadi: 2017, p 8). Dalam Pedoman Perilaku Penyiaran (P3) dan Standar Program Siaran (SPS), yang diunggah oleh Komisi Penyiaran Indonesia (KPI), BAB IX Pasal 13, Lembaga penyiaran wajib menghormati hak privasi seseorang dalam memproduksi dan/atau menyiarkan suatu program siaran, baik siaran langsung maupun siaran tidak langsung (Komisi Penyiaran Indonesia: 2012).

BAB IX PENGHORMATAN TERHADAP HAK PRIVASI

Pasal 13

Lembaga penyiaran wajib menghormati hak privasi seseorang dalam memproduksi dan/atau menyiarkan suatu program siaran, baik siaran langsung maupun siaran tidak langsung.

Gambar 1. 1 P3SPS

Selain itu, kasus pemberitaan hoaks perselingkuhan Christian Sugiono, membuat masyarakat mempertanyakan kredibilitas jurnalis *infotainment*. Diawali dari akun bernama *@noona_update* yang mengunggah dugaan perselingkuhan antara Christian Sugiono dengan Hana Hanifah. Tanpa melakukan kroscek, beberapa media langsung memuat kasus tersebut menjadi sebuah berita. Sang istri, Titi Kamal pun ikut terseret dalam kasus tersebut, sampai-sampai beberapa jurnalis *infotainment* mengejanya untuk memberikan tanggapan. Terungkap dugaan perselingkuhan Christian Sugiono adalah hoaks, hal itu dikonfirmasi langsung oleh sang pemilik akun, yang membagikan video permintaan maaf. Salah satu hal terpenting dalam pekerjaan jurnalis adalah disiplin dalam melakukan verifikasi, terutama untuk *infotainment*. Sering kali karena jurnalis tidak waspada dan skeptis, alhasil mereka memuat berita dengan desas-desus informasi yang tidak akurat (Harsono: 2010, p 20). Masyarakat yang melihat kelalaian dari jurnalis *infotainment* dalam membuat berita, lalu mempertanyakan apakah jurnalis *infotainment* bekerja sesuai kode etikJurnalisme.

Melalui laman Liputan6.com, menurut Ketua Umum Aliansi Jurnalis Independen (AJI) Nezar Patria, *infotainment* bukanlah bagian dari jurnalis, AJI menolaknya. Meskipun berita yang diperoleh dengan cara-cara tahapan kerja jurnalistik, tetapi tayangan gosip soal kehidupan pribadi dan bukan kepentingan umum, tidak bisa disebut karya jurnalistik. AJI menyinggung soal para selebriti juga warga negara biasa, bukan pejabat publik yang hidup memanfaatkan

anggaran dan fasilitas negara. Aji mempertanyakan cara-cara mengumpulkan dan menyajikan informasi yang dengan sengaja melanggar kode etik jurnalistik. Seperti mengganggu kenyamanan narasumber dan mencampurkan kehidupan pribadi narasumber yang tidak terkait kepentingan umum (Liputan6.com: 2010). Hingga kini, istilah jurnalistik *infotainment* masih menyisakan berbagai persoalan dilematis. Selain Persatuan Wartawan Indonesia (PWI), sejumlah organisasi jurnalis menolak memasukkan kerja *infotainment* ke dalam kerja jurnalistik, meskipun dalam peringatan Hari Pers Nasional 9 Februari 2005, para pekerja *infotainment* telah dianggap sebagai wartawan (Setiowati: 2010).

Pergulatan dan perdebatan seputar *infotainment* sebagai produk jurnalistik atau bukan, merupakan bagian yang tidak terpisahkan dari terbentuknya kultur baru jurnalisme dalam lingkungan industri media massa sampai saat ini (Mariyam: 2017). Dalam perkembangannya, berita *infotainment* makin menitik pada kehidupan pribadi selebriti dan gosip rumah tangga. Informasi yang diungkap benar-benar “menelanjangi” obyek beritanya. Etika jurnalistik pun banyak dilanggar (Hermawan: 2023). Pemberitaan *infotainment* telah melanggar kode etik dan kini hanya menyajikan; 1) gosip dijadikan sebagai berita, 2) mencari-cari kesalahan dari narasumber, 3) melakukan pemaksaan kepada narasumber, 4) adanya dramatisasi, 5) mengandung opini dari jurnalis, 6) penggunaan media massa oleh para production house, 7) mengumbar privasi seseorang, 8) mengancam narasumber, 9) penggunaan istilah selebritas atau narasumber yang tidak tepat (Yulawati dan Widiarti: 2019, p 238).

Adanya kasus-kasus seperti itu, membuat nama jurnalis *infotainment* menjadi rusak. Nyatanya sampai sekarang, jurnalis *infotainment* kerap dipandang sebelah mata oleh jurnalis lainnya. Jurnalisme *infotainment* hingga kini oleh sebagian kalangan masih dianggap bukan bagian dari produk jurnalisme. Karena dianggap hanya menyampaikan gosip dan menyampaikan urusan urusan private. Di sisi lain ada yang beranggapan bahwa *infotainment* sudah melakukan proses proses jurnalisme. Seperti melakukan proses liputan, proses produksi dan proses tayang (Hermawan: 2023). Tidak hanya *infotainment*, jurnalis *lifestyle* juga terkena imbasnya. Seperti yang dikatakan dalam buku “*Lifestyle Journalism*”

jurnal *infotainment* dan *lifestyle* memang mirip-mirip dalam pemberitaan, yaitu sama-sama hadir dalam kolom hiburan. Sayangnya karena memuat beritahiburan, terkesan pemberitaannya tidak berbobot, sehingga muncul “pandangan sebelah mata” yang dilakukan oleh jurnalis lain, terlebih jurnalis *hard news* (Hanusch: 2014, p4).

Berdasarkan kondisi tersebut, penulis membuat karya video dokumenter menggambarkan bagaimana proses kerja jurnalis *infotainment* dalam dunia jurnalistik. Dalam video dokumenter ini, penulis akan mengikuti proses liputan lapangan dari jurnalis *infotainment* dalam mengumpulkan berita. Sehingga nantinya dari video memperlihatkan proses kerja jurnalis *infotainment*, apakah sudah sesuai dengan kode etik jurnalistik dan apakah bisa berita *infotainment* disebut sebagai produk jurnalistik.

Penulis memilih video dokumenter, karena dinilai akurat dalam menyampaikan pesan yang ingin disampaikan melalui visual yang bergerak (Putra dan Ilhaq: 2021, p 4). Dokumenter jadi sebuah medium yang menyajikan suatu kenyataan berdasarkan pada fakta objektif yang memiliki nilai esensial dan eksistensial, artinya menyangkut kehidupan, lingkungan hidup dan situasi yang nyata (Putra dan Ilhaq: 2021, p 3). Secara garis besar, video dokumenter terdapat unsur naratif, dimana memperlihatkan tokoh, masalah, lokasi, dan waktu secara nyata.

Dalam membuat dokumenter, penulis menggunakan referensi gaya cinema verite. Keunikan gaya verite, tidak melulu soal visual ditampilkan dengan kamera yang mahal, namun fokus utamanya adalah hasil dari video yang memperlihatkan realitas sesungguhnya. Dalam verite *voice over* tidak berperan penting di seluruh durasi, narator utama adalah si narasumber. Tidak heran gaya verite sering kali disebut “*Uncontrolled Documentary*” (Barber :2015). Tujuan dari pengambilan bergaya verite mengedepankan penggambaran cerita yang nyata, mulai dari emosi, reaksi, dan situasi.

1.2 Tujuan Karya

Tujuan dari pembuatan video dokumenter antara lain:

1. Menghasilkan sebuah produk video dokumenter dengan durasi 60 menit.
2. Memperkenalkan serta memberi edukasi terhadap audiens mengenai pekerjaan *Jurnalis Infotainment*. Sehingga audiens mendapatkan pengetahuan bahwasannya *Jurnalis Infotainment* tidak melulu soal mengosik rumah tangga artis, memberitakan gosip, dan lain-lain.
3. Mengangkat perspektif jurnalis *infotainment* dan PWI (Persatuan Wartawan Indonesia) tentang stigma jurnalis *infotainment* yang dianggap bukan jurnalis seutuhnya.

1.3 Kegunaan Karya

Karya yang dibuat penulis memiliki beberapa kegunaan, yaitu:

1. Kegunaan Akademis

Hasil skripsi karya ini diharapkan dapat memberikan masukan positif terhadap perkembangan jurnalisme *infotainment*. Baik dalam dunia kerja maupun dalam mata kuliah jurnalistik *entertainment*.

2. Kegunaan Praktis

Hasil skripsi karya ini diharapkan dapat membuka mata masyarakat tentang pekerjaan jurnalis *infotainment*.

UMMN

UNIVERSITAS

MULTIMEDIA

NUSANTARA