

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Perkembangan teknologi memudahkan manusia menerima informasi secara cepat, dari seluruh dunia hanya melalui media massa. Media massa terbagi menjadi beberapa bagian, media cetak, dan media elektronik. Media elektronik merupakan media yang membutuhkan elektromekanis dalam penggunaannya, salah satunya media online. Media online merupakan media massa yang terhubung dengan jaringan internet.

Era kemajuan teknologi, penggunaan internet dikalangan masyarakat meningkat secara pesat. Peningkatan ini ditunjukkan dari hasil survei Asosiasi Penyelenggara Jasa Internet Indonesia (APJII) yang melakukan survey di tahun 2022. Berdasarkan hasil survei Asosiasi Penyelenggara Jasa Internet Indonesia (APJII), pada tahun 2022, bahwa dari total populasi penduduk Indonesia sejumlah 275,77 juta jiwa, terdapat 210,03 juta jiwa atau 77,02 % adalah pengguna internet, jumlah ini meningkat menjadi 2,1 juta jiwa.¹ Hasil survei APJII juga menyatakan alasan masyarakat menggunakan internet adalah untuk mengakses sosial media, mengakses layanan public, transaksi online, melakukan pekerjaan dari rumah atau bersekolah dari rumah, mengakses berita. Penggunaan internet untuk mengakses berita sendiri menduduki urutan kedua terkait dengan alasan utama masyarakat dalam menggunakan internet.

Media online merupakan sarana penyampaian berita berupa audio visual, tulisan yang dapat ditemukan melalui situs atau website. Ketika media online menyajikan berita, terdapat aturan yang sama seperti media massa lainnya.

¹ <https://apjii.or.id/survei> diakses pada 12 oktober 2022, halaman 17

Berita yang disajikan kepada masyarakat luas merupakan berita yang berdasarkan fakta, melalui proses penyuntingan oleh para jurnalis dan tim redaksi. Ketika proses penyuntingan selesai, maka berita tersebut layak untuk dikonsumsi dan disampaikan kepada masyarakat luas. Berita sebagai salah satu produk jurnalistik mengubah “track-nya” dari media konvensional menuju media online. Kehadiran intrik di media online memudahkan pembaca menangkap informasi secara cepat di laman media online. Faktor tersebut memudahkan perusahaan media dalam menjalankan kegiatan penyiarannya, mudah mengetahui dan memahami karakteristik jenis berita yang sering dikunjungi. Mekanisme tersebut membuat perusahaan media memiliki iklan atau income (penghasilan) yang masuk dari hasil “penggiringan”². Maka dapat disimpulkan bahwa media online bersaing dalam mendapatkan pengunjung untuk memperoleh keuntungan.

Kondisi tersebut, membuat perusahaan media mulai menggunakan strategi yang dinilai lebih efektif, yaitu dengan membuat judul berita menggunakan kata-kata indah ataupun berlebihan, serta menambahkan gambar yang juga menarik. Sehingga masyarakat lebih tertarik untuk membaca berita di media online tersebut. Judul tersebut merupakan *Clickbait*, yaitu judul yang menggoda pembaca yang biasanya menggunakan bahasa provokatif untuk menarik perhatian (Anand, Chakraborty, dan Park, 2017). *Clickbait* merupakan judul yang bombastis, memberikan berita secara tidak utuh, sehingga pembaca penasaran dengan mengklik tautan berita³. Fenomena *Clickbait* kerap digunakan pada penggunaan judul dan isi berita.

Clickbait sudah mulai merambah dunia jurnalistik, biasa disebut *Clickbait journalism*. *Clickbait* ini banyak digunakan pada media online, karena di media online pembaca mengawalinya dengan melihat judul terlebih dahulu, kemudian pembaca melakukan klik pada suatu laman berita, secara otomatis isi berita baru bisa dilihat. Hal

² “*Clickbait Journalism Dan Penerapan Etika Jurnalistik*”. Ilmu Komunikasi Universitas Mercu Buana (Yogyakarta: Yoseva Yamlean 2019, 4).

³ *Clickbait di Media Online Indonesia*. Balai Besar Pengembangan SDM dan Penelitian Kominfo (Makassar : Yayat D. Hadiyat 2019, 3)

ini menjadi celah untuk menarik para pembaca membuka suatu berita *Clickbait*. Sehingga ketika melihat judul berita *Clickbait*, pembaca merasa ingin mengetahui lebih lanjut berita tersebut.

Kehadiran budaya baru *Clickbait* seakan menjadi hal yang lumrah dan dianggap sebagai kesatuan dari karya jurnalistik itu sendiri, hal tersebut dianggap perlu dikhawatirkan karena esensi pesan yang diterima dapat merugikan publik atas praktik yang dilakukan. Dengan demikian, hak masyarakat dalam mendapatkan informasi yang akurat menjadi terabaikan. Keakuratan pesan menjadi penting untuk konsumsi publik, karena setiap pengunjung media online yang membaca berita tentunya menginginkan informasi yang utuh dan sesuai dengan kaidah jurnalistik, tidak basa basi dan langsung pada inti dari masalah yang diberitakan. Tentunya pembaca mengharapkan media online dapat menyajikan berita yang sesuai antara judul dan isi agar berita yang diberikan jelas dan tidak membingungkan.

Pemilihan kata yang dituliskan pada judul *Clickbait* seringkali membuat pembaca merasa geram, karena ketika judul diklik informasi yang diperoleh seakan memiliki series. Kekhawatiran perspektif negatif pengunjung media online dalam membaca judul dan tidak membaca keseluruhan berita ini akan memancing penyebaran informasi yang tidak benar (hoax) dikhalayak luas.

Berita di media sosial dan media online memiliki perbedaan, seperti yang telah dijelaskan diatas, khususnya berita yang merupakan produk jurnalistik tentunya terdapat aturan atau kode etik yang telah diatur oleh Dewan Pers. Sehingga perusahaan media dan jurnalis memiliki kewajiban dalam menjalankan tugasnya. Kewajiban setiap jurnalis dalam berkegiatan yaitu menjalankan dan menerapkan kode etik profesional pers, sebagai landasan perusahaan media dalam membuat suatu produk berita, sehingga media online tunduk pada kode etik jurnalistik yang diatur dan ditetapkan oleh Dewan Pers.

Pembahasan mengenai kode etik jurnalistik telah lama dibahas dan didiskusikan. Kode etik ini sangat penting bagi sebuah profesi, khususnya jurnalis, karena tidak hanya dituntut untuk mengembangkan idealisme profesinya, namun efek dari media yang besar bagi publik. Kode etik merupakan bagian dari profesionalitas jurnalis (Lewi, 2014). Persoalan lainnya yaitu tentang mekanisme pemberian sanksi.⁴ “Sesuai salah satu fungsi Dewan Pers pada Pasal 15 ayat (2) c yakni menetapkan dan mengawasi pelaksanaan Kode Etik Jurnalistik. Dewan Pers juga memerhatikan pemberitaan yang berkembang dalam masyarakat,” (Ahmad Djauhar, 2016). Dewan Pers hanya mengawasi dan memberikan teguran, sementara pemberian sanksi dilakukan oleh organisasi wartawan atau perusahaan pers. Posisi tersebut, terdapat celah bagi media-media online yang melanggar aturan dan etika jurnalistik.⁵ Dalam rangka menjaga kepercayaan publik serta menjaga integritas dan profesionalisme jurnalistik, maka organisasi media perlu berpegang pada prinsip dasar kode jurnalistik, berita yang benar, objektif dan berbasis bukti yang berpegang pada etika profesi pedoman pers. Menurut Pegnante, 2016 Secara umum, judul *Clickbait* cenderung berfokus pada selebriti, rumor, akun fiktif daripada topik serius atau akademis.

Pengamatan *Clickbait* dalam penelitian ini yaitu membahas mengenai berita selebritis yang sedang hangat menjadi perbincangan publik yaitu berita tentang Lesti Andryani (Lesti Kejora) dan Muhammad Rizky Billar (Rizky Billar) mengenai kasus KDRT (Kekerasan Dalam Rumah Tangga) pada bulan September hingga Oktober 2022. Menurut situs analisis media sosial SpeakRJ, per tanggal 30 September 2022, Lesti Kejora memiliki pengikut [Instagram](#) sebanyak 25,8 juta *followers*. Sedangkan Rizky Billar hanya setengahnya, yakni 12,9 juta *followers*. Akun Instagram Lesti Kejora juga memiliki rata-rata 308,7 ribu likes untuk setiap unggahannya. Sedangkan Rizky Billar lebih sedikit, dengan rata-rata 260,5 ribu like per unggahan. Sebelum isu

⁴ “Penerapan Kode Etik di Kalangan Jurnalis”. Universitas Gadjah Mada (Jl. Socio Yustisia No. 1, Bulaksumur, Yogyakarta : Olivia Lewi Pramesti 2014, 83).

⁵ Wakil Ketua Dewan Pers Ahmad Djauhar dalam narasi pembuka diskusi bertajuk “Pemberitaan Media yang Sadistis” di Gedung Dewan Pers, Jakarta, Selasa (21/6/2016).

KDRT, Lesti Kejora dan Rizki Billar dikenal sebagai pasangan serasi. Pasangan selebriti ini sama-sama memiliki banyak pengikut di platform media sosial Instagram. Lesti dan Billar tak hanya populer di media sosial, namun juga di dunia hiburan TV. Sejak adanya penawaran penayangan prosesi pernikahan Lesti dan Billar, acara mulai dari lamaran hingga pernikahan ditayangkan secara live streaming di Indosiar. Program televisi acara lamaran Lesti & Billar berada di posisi ketiga dengan TVR 5,5 dan share 37,8%. Perjalanan program Cinta Kiyut Lesti & Billar menduduki peringkat keempat dengan TVR 5,4 dan share 26,1%. Sedangkan Restu Keluarga Leslar yang tayang pukul 18.30 WIB berada di urutan kelima dengan TVR 5,3 dan share 19,8%.⁶

Pada acara konser Leslar Pemimpinmu yang digelar pada 29 Juni 2021, Billar dan Lesti mengumumkan rangkaian acara pernikahan, antara lain Pengajian & Siraman (21 Juli 2021 09:00 WIB), Akad Nikah Lesti dan Billar (23 Juli 2020, 2020). Dan resepsi pernikahan Puncak Lesti & Billar (24 Juli 2021, 18.30 WIB) yang disiarkan secara langsung di Indosiar dan Vidio.com.

Lesti dan Billar kembali menggelar acara pra-nikah bertajuk Cinta Abadi Leslar yang tayang secara langsung di ANTV. Acara tersebut disiarkan dalam empat rangkaian yaitu, Menghitung Hari (8 Agustus 2021, 08.30 WIB) kemudian dilanjutkan dengan acara Lepas Lajang, Calon Pemimpinmu, dan Kado Terindah Lesti (8 Agustus 2021, 15.30 WIB). Setelahnya, acara pra-nikah berupa Pengajian dan Upacara Adat disiarkan secara langsung di stasiun televisi yang sama pada tanggal 14-15 Agustus 2021. Rangkaian acara pernikahan yang sempat tertunda ditayangkan kembali di Indosiar dan Vidio.com pada tanggal 18 Agustus 2021 untuk Pengajian dan Siraman, kemudian 19 Agustus 2021 untuk Akad Nikah, serta 29 Agustus 2021 untuk Tasyakuran Pernikahan.

Lesti resmi menikah dengan Rizky Billar setelah melangsungkan akad nikah pada hari Kamis, 19 Agustus 2021 pukul 10.30 WIB di Hotel Intercontinental Pondok

⁶ https://id.wikipedia.org/wiki/Lesti_Kejora

Indah, Jakarta Selatan. Keduanya mengkonfirmasi pernikahan rahasianya pada awal 2021. Pernikahan tersebut lalu diumumkan pada tanggal 21 September 2021 saat acara Leslar's Secret sekaligus peluncuran saluran YouTube Leslar Entertainment yang tayang melalui YouTube RANS Entertainment. Lesti dan Billar membagikan video tentang akad nikah yang mereka tandatangani pada awal tahun 2021. Lesti dan Billar juga mengadakan pengajian di penghujung tahun 2020 yang hanya dihadiri anggota keluarga di penghujung tahun 2020. Belakangan ternyata Lesti juga telah hamil. Mengesampingkan segala kontroversinya seputar tuduhan hamil di luar nikah, berdasarkan kesaksian beberapa teman dekatnya dan siaran khusus Leslar Blak-Blakan yang tayang di Indosiar pada tanggal 4 Oktober 2021, kemudian terungkap bahwa Lesti memang benar hamil, dalam usia 5 meranjak 6 tahun di dalam kandungan, pada saat itu (keduanya menikah dengan siri pada bulan April, yang merupakan awal tahun) dan diperkirakan melahirkan pada bulan Januari atau Februari 2022.

Rizki Billar adalah aktor kelahiran tahun 1995 asal Medan. Billar adalah suami dari Lesti Kejora, mereka menikah pada tahun 2021. Awal karir Billar yaitu sebagai pemenang pertama pencarian model di Aneka Yes! Di tahun 2021. Sejak saat itu, Billar merambah dunia hiburan dan membintangi banyak program sinetron FTV, serial, dan acara TV.⁷

Lesti Kejora lahir pada tanggal 5 Agustus 1999 di Cianjur, Jawa Barat. Lesti memulai karir menyanyinya pada usia 14 tahun di bangku kelas dua SMA di Cianjur, Lesti mengikuti audisi D'Academy di Bandung dan berhasil mendapatkan Golden Tiket untuk mengikuti audisi di studio Indosiar. Setelah melalui proses yang panjang pada audisi D'Academy, Lesti akhirnya mendapatkan penobatan sebagai juara satu.

Lesti menerima hadiah uang tunai sebesar 100 juta dan sebuah mobil. Di malam yang sama, Lesti berkesempatan merilis single terbaru yang berjudul "Kejora" karya Nur Bayan. Di penghujung tahun 2015, Lesti juga berkesempatan mewakili Indonesia

⁷ <https://www.sonora.id/read/423503774/biodata-rizky-billar-suami-lesti-kejora-lengkap-dan-terbaru>

pada audisi besar D'Academy Asia. Lesti berhasil menempati posisi kedua setelah berusaha mengalahkan lawannya Danang Pradana Dieva yang juga berasal dari Indonesia. Lesti juga berhasil memenangkan hadiah uang tunai 100 juta rupiah dan membawakan lagu "Zapin Melayu" yang diciptakan langsung oleh Pak Ngah, salah satu juri dan komposer terkenal dari Malaysia. Di tahun 2017, Lesti kembali meraih kesuksesan di industri musik dangdut Indonesia. Anugerah Musik Indonesia diberikan kepada Lesti sebagai Artis Solo Dangdut Pria/Wanita Terbaik.

Lesti resmi menikah dengan Rizki Billar pada 13 Juni 2021 di Gedong Putih, Lembang, Bandung. Pada 26 Desember 2021, Lesti melahirkan anak pertamanya yang diberi nama Muhammad Leslar Al-Fatih Billar.

Pengamatan peneliti menunjukkan bahwa terdapat judul yang mengarah pada unsur *Clickbait* dalam berita Lesti dan Billar di media online Liputan6.com, namun peneliti perlu berhati-hati, dikarenakan penulisan berita *Clickbait* menggunakan pilihan kata yang halus sehingga ketika melihat judul tidak diketahui apakah berita yang diklik merupakan berita *Clickbait*. "Kriteria *Clickbait* memiliki judul sekitar 10 kata atau lebih, sedangkan judul berita rata-rata hanya 7 kata."⁸

Oleh karena itu berdasarkan maraknya penggunaan umpan klik judul oleh media online saat ini, peneliti berusaha meneliti lebih lanjut penggunaan umpan klik yang dilakukan oleh Liputan6.com, dari segi kode etik jurnalistik. Dengan judul penelitian "Penerapan Kode Etik Jurnalistik Pasal 1 dan 3 Pada Judul Berita *Clickbait* (Lesti Kejora dan Rizky Billar) Di Media Online Liputan6.com Periode Bulan September – Oktober 2022."

⁸ SiberkreasiTalk "Pentingnya membaca informasi secara keseluruhan dan tidak tertipu daya oleh judul berita", Olivia Lewi Pramesti Selasa (09/11/2021).

Peneliti memilih portal media Liputan6.com sebagai obyek penelitian karena Liputan6.com merupakan portal berita yang terdaftar dan sudah diverifikasi di Dewan Pers Indonesia.

1.2 Rumusan Masalah

Bagaimana Penerapan Kode Etik Jurnalistik Pasal 1 dan 3 Pada Judul Berita *Clickbait* (Lesti Kejora dan Rizky Billar) Di Media Online Liputan6.com Periode Bulan September – Oktober 2022 ?

1.3 Tujuan Penelitian

Dari identifikasi masalah diatas, maka tujuan penelitian ini adalah, untuk mengetahui bagaimana penerapan kode etik jurnalistik pasal 1 dan 3 pada judul berita (Lesti Kejora dan Rizky Billar) yang disajikan oleh media online liputan6.com khusus pemberitaan yang mengarah pada *Clickbait*.

1.4 Manfaat Penelitian

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat bagi pembaca maupun bagi peneliti sendiri secara teoritis dan praktis. Adapun manfaat penelitian ini sebagai berikut:

1.4.1 Manfaat Teoritis

Diharapkan kelak penelitian ini dapat dijadikan sebagai wawasan baru pada bidang kajian ilmu komunikasi khususnya mahasiswa bidang jurnalistik agar dapat memahami penerapan kode etik jurnalistik pada praktik *Clickbait* di media online.

1.4.2 Manfaat Praktis

Penelitian ini diharapkan dapat menjadi landasan bagi perusahaan media dalam menerapkan kode etik jurnalistik. Penelitian ini juga dapat dijadikan referensi oleh para dewan pers dalam mengawasi penerapan kode etik jurnalistik.

1.5 Sistematika Penulisan

Sistematika dalam penulisan proposal ini, dilakukan untuk menjadi gambaran umum mengenai penelitian yang dilakukan oleh peneliti. Sistematika penelitian dapat dijabarkan sebagai berikut:

- BAB I PENDAHULUAN

Bab ini membahas tentang latar belakang penelitian, rumusan masalah, tujuan penelitian, manfaat penelitian, dan sistematika penulisan.

- BAB II TINJAUAN PUSTAKA

Pada bab ini terdapat uraian umum tentang penelitian terdahulu yang relevan dengan penelitian ini, teori-teori yang digunakan dan literatur yang berkaitan dengan penelitian sebagai acuan perbandingan dalam meneliti masalah yang terjadi sehingga akan diperoleh gambaran yang cukup jelas. Kemudian kerangka berfikir dalam penelitian.

- BAB III METODE PENELITIAN

Pada bab ini menjelaskan tentang metodologi penelitian yang digunakan, teknik pengumpulan data, teknik pengolahan dan analisis data, teknik keabsahan data, lokasi dan waktu penelitian.

- BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

Pada bab ini menjelaskan tentang proses analisis serta pembahasan mengenai *Clickbait* dan penerapan kode etik jurnalistik dengan teori yang bersangkutan.

- BAB V KESIMPULAN DAN SARAN

Pada bab ini menjelaskan kesimpulan terhadap hasil dari pembahasan di BAB IV dan memberikan masukan serta saran yang dapat diimplementasikan khususnya bagi perusahaan ataupun lembaga masyarakat.