

BAB I PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Dalam pandangan kritis, media dipandang sebagai arena di mana terjadi pertarungan ideologi antara berbagai kelompok dalam masyarakat. Media tidak dipandang sebagai alat yang netral yang sekadar mencerminkan keberagaman kekuatan dan kelompok dalam masyarakat, melainkan kelompok dan ideologi yang dominan yang biasanya mendominasi dalam pemberitaan. Pemahaman kunci tentang media menurut paradigma kritis adalah bagaimana media mengatur politik interpretasi. Menurut Stuart Hall, dalam (Eriyanto, 2017) makna tidak bergantung pada struktur makna itu sendiri, melainkan pada praktik interpretasi. Makna merupakan hasil dari interaksi sosial, suatu tindakan yang dilakukan.

Dalam pandangan Stuart Hall menyatakan bahwa media massa tidak hanya mereproduksi realitas, melainkan juga mengonstruksi realitas dengan memilih kata-kata yang digunakan. Makna tidak sekadar dipahami sebagai hasil dari bahasa yang direproduksi, tetapi sebagai hasil dari pertarungan sosial, sebuah perjuangan untuk mendominasi dalam ranah wacana.

Seiring dengan kemajuan teknologi, komunikasi mengalami transformasi yang signifikan. Perubahan ini dalam aliran informasi memiliki dampak yang berpengaruh terhadap masyarakat. Setiap aktivitas yang dilakukan individu tidak lepas dari pengaruh datangnya informasi baru secara terus-menerus. Hal ini menegaskan pentingnya informasi dalam kehidupan sehari-hari dan kegiatan masyarakat. Dengan fakta ini, banyak orang memilih untuk mencari informasi dengan berbagai metode, termasuk membaca berita melalui media online. Kebutuhan akan informasi mendorong masyarakat untuk dengan mudah mengakses berita melalui platform online tanpa harus melakukan perjalanan fisik.

Salah satu hasil yang tercipta dari adanya perkembangan teknologi ialah terciptanya media baru (*new media*) di dalam tantangan kehidupan umat manusia. Media baru dapat dikatakan sebuah terminologi untuk menggambarkan sebuah proses penyampaian informasi melalui teknologi digital. (Mcquail, 2011) mengemukakan bahwa “media baru atau (*new media*) adalah istilah yang di gunakan untuk berbagai teknologi komunikasi dengan digitalisasi dan ketersediannya yang luas untuk penggunaan pribadi sebagai alat komunikasi”.

Media baru (*new media*) merujuk pada platform dan teknologi digital yang berkembang pesat, mengubah paradigma tradisional komunikasi. Termasuk diantaranya adalah media online, media sosial, podcast, dan berbagai inovasi teknologi yang memfasilitasi produksi, distribusi, dan konsumsi secara instan. Media baru telah menggeser kebiasaan konsumsi informasi dan hiburan, memungkinkan interaksi *real-time*, partisipasi aktif pengguna, dan menciptakan ruang untuk ekspresi kreatif. Transformasi ini memperluas aksesibilitas informasi, memicu dinamika baru dalam komunikasi, dan secara signifikan memengaruhi cara individu dan masyarakat berinteraksi serta berbagi konten di era digital ini.

Berbicara tentang media baru, akan berkesimbangan dengan media online. Media baru dan media online saling terkait erat dalam membentuk ekosistem digital yang memadai di era komunikasi modern ini. media baru mencakup berbagai *platform* teknologi digital, sementara media online merupakan subkategori penting didalamnya. Melalui media online setiap orang mampu berinteraksi dan berhubungan dengan banyak orang lainnya. Media online dapat menawarkan sebuah kesempatan berkomunikasi yang menembus ruang dan waktu walaupun dalam kejauhan.

Hadirnya media baru seperti media online ini membuat beberapa perusahaan media cetak konvensional memberhentikan terbitanya kepada khalayak luas. Berdasarkan data Serikat Perusahaan Pers (SPS) yang dilansir dari laman berita tempo.co “menyatakan bahwa pada tahun 2022 terdapat 399 media cetak yang masih menerbitkan edaranya. Sementara pada tahun

sebelumnya 2021 terdapat 593 media cetak. Artinya bahwa sudah kurang lebih 200 media cetak memutuskan untuk tidak lagi menerbitkan berita bagi para pembacanya. Beberapa daftar media cetak yang telah memutuskan untuk tidak menerbitkan kembali beritanya seperti Koran Sindo, Harian Republika, Majalah Bobo, Majalah Mombi, Majalah Mombi SD, Tabloid Nova, Tabloid Nova Gadis, Tabloid Nova Men's Health, Tabloid Nova Teen, Tabloid Nova Wedding, dan Tabloid Nova Woman" (Andika, 2023).

Penutupan media cetak konvensional diatas menandai terjadinya perubahan lanskap informasi bagi khalayak luas. Dengan adanya era digital ini merubah minat khalayak dalam mencari informasi menggunakan media yang terhubung langsung dengan internet. "Melalui laporan *We Are Social* dan *Hootsuite* yang dilansir dari dataindonesia.id pada bulan Oktober 2023 jumlah penggunaan internet di dunia mencapai 5,3 miliar orang yang artinya lebih dari setengah penduduk dunia menggunakan internet" (Rizaty, 2023). Sementara itu di Indonesia sendiri, "menurut laporan *We Are Social* yang dilansir dari laman dataindonesia.id memperlihatkan bahwa, jumlah pengguna aktif media sosial sebanyak 167 juta pada tahun 2023. Artinya jumlah tersebut setara dengan 60.4% dari populasi yang ada di Indonesia" (Widi, 2023).

Masifnya penggunaan internet bagi masyarakat dunia maupun di Indonesia adalah gambaran terbentuknya tantangan baru dalam hal menerima dan memberikan informasi bagi masyarakat yang ada. Dengan adanya internet menandakan bahwa terbentuknya perilaku seseorang untuk lebih memilih media online dalam menerima informasi, sehingga tentu saja membuat perusahaan media-media cetak mengalami penurunan. Selain itu pula, media cetak memiliki biaya produksi yang cukup mahal maka takhayal jika banyak perusahaan media cetak tidak mampu menerbitkan secara terus menerus peredaran beritanya.

Perubahan lanskap informasi sebagaimana yang telah disebutkan diatas, menandakan terbentuknya era digitalisasi dalam mengedarkan suatu informasi. Atas dasar itu pula banyak media cetak konvensional juga merambah membentuk peredaran melalui media online, seperti bisnis.com, tempo.co,

sindonews.com, republika.co.id. Media-media tersebut merupakan contoh media cetak konvensional, yang mengikuti perubahan zaman untuk dapat terus menunjukkan eksistensinya sebagai bagian dari media yang dapat memberikan informasi kepada khalayak luas.

Disamping itu pula, hadirnya perusahaan media-media online lain yang menandakan persaingan ketat bagi para pengusaha media yang ada di Indonesia. Kini dapat dikatakan dengan adanya perkembangan teknologi membuat berbagai elemen dapat mampu mendirikan media pers khususnya bagi negara Indonesia. “Berdasarkan data dari Dewan Pers yang dikutip dari laman goodstats.id terdapat 1.711 perusahaan media di Indonesia yang telah terverifikasi pada tahun 2023. Dari jumlah itu, perusahaan media online-lah yang mendominasi, yakni sebanyak 902 perusahaan media yang tersebar luas di seluruh Indonesia” (Putri, 2023),

Tersebar luasnya perusahaan media yang ada di Indonesia saat ini membuat khalayak dapat memilih secara bebas untuk mendapatkan berita terkini. Berita merupakan laporan tentang suatu kejadian atau peristiwa yang nantinya diolah dan diinformasikan secara luas oleh media. Oleh karenanya dengan media online seperti ini, memberikan dampak bagi perkembangan informasi. Mulai dari kecepatan dan ketepatan waktu hingga segmentasi yang dituju akan dapat mudah diraih oleh para pengusaha media massa.

Melihat dengan banyaknya perusahaan media digital yang ada, tentunya terdapat persaingan yang dapat dilihat segi bagaimana standar berita yang digunakan oleh perusahaan media tersebut. Ada berbagai cara yang dapat dilakukan oleh berbagai media dalam meningkatkan kualitas berita dan akurasi berita yang ingin disampaikan oleh banyak khalayak luas. Dalam dunia persaingan penting rasanya melihat bagaimana media dan pemberitaannya memiliki ciri khas khusus dalam penyajian suatu berita. Untuk melakukan hal tersebut tentu memerlukan sebuah manajemen yang harus diolah oleh pimpinan perusahaan media tersebut. Atas dasar itu, dapat dikatakan bahwa penelitian ini sangat perlu dilakukan untuk melihat bagaimana manajemen yang dilakukan oleh perusahaan media.

Dalam melakukan persaingan di media online berbagai pemangku kepentingan yakni perusahaan media, acap kali abai dalam melaksanakan kode etik jurnalisme. Karena pada dasarnya dalam dunia jurnalisme online atau daring adalah hal yang asal mengandung klik. Mungkin terlalu banyak halaman yang di buka lepas dari konteks, tidak asik untuk dibaca, kurang berkualitas dan ada pula yang kurang berkredibilitas. Hal ini tentunya disebabkan oleh konsep dari media massa online yang memberikan informasi secara cepat. Oleh karenanya sering kali perusahaan media online menyapaikan informasi yang kurang lengkap dalam melakukan persaingan media yang cukup masif ini.

Persentase perusahaan media online yang ada pada saat ini dapat dikatakan sangatlah besar gambarnya. Persaingan antar perusahaan media bisa akui sangatlah masif dilakukan. Ruanginfo.id salah satunya, media online yang berdiri sejak tahun 2022 ini merupakan salah satu media yang bersaing dalam berbagai kalangan media online lainnya. Tentu dalam pelaksanaan pengembangan media seyogyanya suatu lembaga memerlukan manajemen yang ciamik dalam mengelola perusahaan media dalam persaingan yang cukup masif ini.

Ruanginfo.id menjadi salah satu media yang terbilang baru peredaranya. Media yang berkantor di daerah Cinere Depok ini memiliki misi untuk menyediakan berita yang akurat, objektif, dan mendalam, serta menjaga standar etika jurnalistik yang tinggi. Ruanginfo.id sangatlah percaya bahwa setiap masyarakatberhal mendapatkan informasi yang berkualitas tinggi dan dapat dipercaya. Oleh karena itulah media ruanginfo.id ingin selalu berusaha untuk menyajikan berita yang terpercaya dan bermanfaat bagi pembacanya.

Media ruanginfo.id yang memanfaatkan media online sebagai media komunikasi memiliki bebarap rubrik dalam menyampaikan sebuah berita. Yakni, bisnis, teknologi, otomotif, kesehatan, gaya hidup, olahraga, edukasi, destinationa, serta berita nasional lainnya seperti politik dan lain sebagainya. Rubrik-rubrik pemberitaan tersebut tentunya merupakan komitmen yang ingin di bangun oleh ruanginfo.id untuk dapat berpartisipasi dan bersaing dengan

perusahaan media online lainnya. Masifnya persaingan yang ada dalam media-media online baik itu besar maupun yang kecil, menjadikan setiap media tetap dapat mengembangkan keunggulan yang dimiliki media tersebut. Hal tersebutpun dilakukan oleh ruanginfo.id untuk terus menyejajarkan pemberitaan yang objektif bagi pembacanya.

Berdasarkan uraian tersebut, penulis sangat tertarik melakukan penelitian untuk mengetahui lebih dalam permasalahan yang ada di atas. Persaingan antar perusahaan media online tidak dapat dihindari begitu saja. Sudah banyak media yang bersaing untuk mendapatkan informasi yang sesuai dengan fakta yang ada di lapangan. Oleh karenanya, dalam hal ini memerlukan manajemen untuk dapat memberikan kualitas bagi pembacanya.

Dengan pendekatan kualitatif ini penulis berharap faktor-faktor penting dalam penyajian berita di media online dapat terungkap sesuai dengan teori jurnalistik serta sesuai dengan kode etik jurnalistik itu sendiri. Oleh karena itu penulis tertarik untuk mengetahui bagaimana manajemen redaksi ruanginfo.id dalam menyajikan berita di media online. Dalam menjalankan persaingan dengan media online yang ada sesuai dengan kode etik jurnalisme dan kredibilitas terbitan berita.

Pada observasi yang telah dilakukan penulis persaingan media sangatlah masif, oleh karenanya ruanginfo.id pasti mempunyai manajemen dalam penyajian beritanya, sehingga mampu dapat bersaing dengan media-media besar yang ada di Indonesia. Maka dari itu penelitian dengan judul **“Manajemen Redaksi Ruanginfo.id Dalam Penyajian Berita Di Media Online”** sangat relevan untuk diteliti lebih lanjut.

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang masalah yang sudah diuraikan di atas untuk melakukan penelitian ini, maka penulis membuat suatu rumusan masalah sebagai fokus penelitian ini yaitu, bagaimana “Strategi Redaksi Runginfo.id Dalam Penyajian Berita Di Media Online”

1.3 Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah di atas maka tujuan penulis melakukan penelitian ini ialah untuk mengetahui secara mendalam bagaimana “Manajemen Redaksi Ruanginfo.id Dalam Penyajian Berita Di Media Online”

1.4 Manfaat Penelitian

Adapun manfaat yang ingin dicapai penulis dalam penelitian dengan judul “Manajemen Redaksi Ruanginfo.id Dalam Penyajian Berita Di Media Online” dapat diuraikan sebagai berikut:

1.4.1 Manfaat Teoritis

Penelitian ini diharapkan dapat menjadi referensi dan tambahan keilmuan bagi penelitian selanjutnya, yang diharapkan dapat menambah kajian dalam bidang ilmu komunikasi sehingga dapat menjadi rujukan bila mana akan dilakukan sebuah penelitian yang lebih spesifik.

1.4.2 Manfaat Praktis

a) Bagi Penulis

Dengan adanya penelitian ini, penulis berharap hasil penelitian ini dapat memberikan gambaran mengenai bagaimana strategi yang dijalankan oleh media online dalam melakukan persaingan dengan perusahaan media lainnya dalam menyajikan suatu berita di media online.

b) Bagi Pembaca

Penelitian ini dapat memberikan informasi secara tertulis dan dijadikan gambaran atau masukan yang berguna bagi masyarakat dalam memilah segala bentuk informasi yang disajikan oleh berbagai perusahaan media online yang ada.

1.5 Sistematika Penulisan

Penelitian ini terbagi dalam 5 bab yang masing-masing saling berhubungan satu sama lain. Untuk memberikan gambaran singkat mengenai penelitian ini dijabarkan dalam sistematika berikut. Adapun susunan dalam penulisan penelitian ini adalah sebagai berikut:

a) BAB 1: PENDAHULUAN

Pada bab ini berisikan cakupan latar belakang yang membahas mengenai peredaran dan perkembangan komunikasi dan informasi, serta menjelaskan fenomena mengenai peredaran pemberitaan yang tidak benar melalui media sosial. Dari fenomena yang ditemukan, peneliti kemudian melakukan perumusan masalah terkait fenomena, membuat tujuan penelitian, manfaat penelitian, dan sistematika penulisan.

b) BAB 2: KAJIAN PUSTAKA

Dalam bab ini berisikan teori yang digunakan penulis dalam penelitian ini. Diperoleh dari beberapa sumber pustaka seperti buku, jurnal-jurnal yang terpublikasi, penelitian terdahulu, dan artikel berbasis *online* yang digunakan peneliti sebagai acuan peneliti. Pada bab ini juga peneliti merumuskan kerangka pemikiran penelitian.

c) BAB 3: METODOLOGI PENELITIAN

Pada bab ini mencakup metodologi penelitian menggunakan paradigma yang peneliti gunakan sebagai cara pandang terhadap penelitian yang dilakukan dan menggunakan metode Kualitatif secara deskriptif. Selanjutnya merumuskan teknik pengumpulan data, teknik pengolahan dan analisis data, lalu menjelaskan lokasi dan waktu penelitian.

d) BAB 4: HASIL DAN PEMBAHASAN

Dalam bagian ini, penulis menjabarkan temuan dari penelitian yang diperoleh melalui wawancara dengan informan di lapangan serta melalui

studi kepustakaan. Temuan ini merupakan hasil analisis data yang dikumpulkan dari proses tersebut dan dibahas oleh penulis. Fokus penelitian ini adalah mengenai Strategi Redaksi Ruanginfo.id dalam Penyajian Berita di Media Online. Bagian hasil penelitian membahas secara umum mengenai media, kemudian fokus dilanjutkan pada pembahasan mengenai Media Online Ruanginfo.id

e) **BAB 5: KESIMPULAN DAN SARAN**

Sebagai penutup dari bab-bab sebelumnya yang berisikan kesimpulan dari seluruh penelitian dan simpulan tersebut menjawab apa yang menjadi pertanyaan dalam perumusan masalah. Dalam bab ini juga peneliti dapat mencantumkan saran akademik dan saran praktis untuk penelitian serupa selanjutnya.

