

# BAB 1

## PENDAHULUAN

### 1.1 Latar Belakang

Kehadiran media siber di tengah masyarakat saat ini memberikan kemudahan bagi masyarakat dalam mengakses informasi. Kehadiran media siber sebagai sumber informasi utama dipengaruhi oleh salah satu karakteristiknya yaitu kecepatan (Romli, 2018:19). Fakta ini turut dibuktikan dengan hasil survei yang dilakukan oleh Reuters Institute pada awal tahun 2021 terhadap 2007 sampel. Sebanyak 89% responden menggunakan media siber untuk memperoleh informasi berita. Salah satu media siber yang kerap digunakan adalah situs berita siber.

Tercatat pada Agustus 2023, sebanyak 934 situs berita siber telah terdaftar secara resmi di Dewan Pers. Data tersebut belum termasuk media siber yang dikelola tanpa izin ataupun tersertifikasi oleh Dewan Pers. Pada periode yang sama Kota Padang memiliki 46 situs berita siber yang telah terverifikasi oleh Dewan Pers ([dewanpers.or.id/data/perusahaanpers](http://dewanpers.or.id/data/perusahaanpers), 2023). Dua diantaranya yang memiliki angka pembaca terbanyak adalah *Langgam.id* dan *Harianhaluan.com*.

Kehadiran media siber yang terus bermunculan di tengah masyarakat ini pada akhirnya menciptakan persaingan antar sesama perusahaan media siber dalam merebut perhatian khalayak. Terlebih lagi rentang perhatian khalayak atau dikenal dengan istilah *attention span* di media siber semakin menurun. Riset yang dilakukan oleh Microsoft menunjukkan pada tahun 2015 rentang perhatian khalayak saat membaca media daring rata-rata hanya selama

8 detik (Wendratama, 2017). Kenyataan tersebut pada akhirnya menjadikan media siber terus berlomba-lomba dalam menyajikan informasi berita secara cepat kepada masyarakat.

Persaingan yang terjadi ini dapat menghasilkan ekosistem media yang tidak baik bagi masyarakat. Engelbertus Wendratama dalam bukunya *Jurnalisme Online* (2017) mengatakan bahwa persaingan antar media dinilai dapat menurunkan kualitas jurnalisme siber. Hal ini terjadi karena perusahaan media siber harus meningkatkan angka kunjungan dan mengedepankan kecepatan dalam menerbitkan berita. Setiap media terus berupaya menghasilkan berita yang dapat menarik perhatian khalayak dengan berbagai cara meskipun pada akhirnya dapat melunturkan peran pers sebagai media informasi yang baik.

Peningkatan kunjungan yang dilakukan perusahaan media siber ini berkaitan dengan salah satu pilar penyangga pers, yakni komersialisme. Selain berfungsi sebagai media informasi dan hiburan, pers juga berfungsi sebagai lembaga ekonomi. Hal ini tertuang dalam Pasal 3 Ayat 2 Undang-Undang No. 40 Tahun 1999 tentang Pers yang berbunyi “Pers nasional dapat berfungsi sebagai lembaga ekonomi”. Sebagai lembaga ekonomi perusahaan pers dapat dikelola sesuai dengan prinsip ekonomi agar tetap menjaga kualitas pers dan kesejahteraan karyawan tanpa ada tekanan dari pihak luar.

Tekanan dari pihak luar yang dimaksud dapat berarti pemegang kekuasaan seperti pemilik modal dan pemerintah, maupun masyarakat sebagai pembaca. Pers memiliki tugas utama untuk menyampaikan informasi kepada masyarakat. Namun terdapat konflik kepentingan yang terjadi di dalam

perusahaan media. Hal ini dapat terjadi karena pers juga harus memiliki kestabilan ekonomi agar kegiatan perusahaan tetap dapat berjalan dengan baik.

Konflik kepentingan ini dapat terjadi ketika perusahaan media telah mengalami intervensi dari pemegang kekuasaannya. Sebagai contoh beberapa perusahaan media siber di Indonesia telah dimiliki atau berafiliasi dengan para pemegang kekuasaan tersebut. Sebagai contoh grup CT Corp yang dimiliki oleh salah satu konglomerat Indonesia, Chairul Tanjung, yang mewadahi 3 media siber yakni detik.com, CNN Indonesia, dan CNBC. Kemudian Viva.co.id yang dibawah oleh Bakrie Group milik Aburizal Bakrie. Selanjutnya Media Indonesia yang merupakan bagian dari Media Group milik Surya Paloh. Konglomerasi media yang terjadi ini dapat berdampak pada keberagaman pemberitaan.

Keberagaman pemilik media massa akan menghasilkan pemberitaan yang beragam pula. Baik dari segi jenis berita, ciri khas jurnalisme tiap media, maupun sudut pandang berita yang diberikan. Namun kepemilikan oleh para konglomerat dan pemangku politik ini pada akhirnya dapat mengaburkan prinsip dasar pers yakni sebagai pengawas atau anjing penjaga (*watch dog*). Pers yang dikenal sebagai pilar keempat demokrasi sudah seharusnya memberikan informasi yang akurat, tepat, dan berimbang kepada masyarakat.

Tidak hanya bertugas memberikan informasi, pers juga bertugas sebagai pengawas dalam hal yang berhubungan dengan masyarakat serta memperjuangkan keadilan dan kebenaran. Selain itu pers turut melakukan kontrol sosial dalam hal menegakkan nilai-nilai dasar demokrasi, supremasi

hukum, dan hak asasi manusia. Hal-hal inilah yang seharusnya menjadi nilai ideal bagi pers. Nilai idealisme pers tersebut telah tertuang baik dalam Undang-Undang Pers (UU Pers) maupun Kode Etik Jurnalistik. Kedua dasar hukum tersebut mengatur bagaimana perusahaan pers maupun wartawan menjalankan fungsi dan tugasnya sebagai pilar keempat demokrasi.

Idealisme media pada dasarnya dapat dicapai dengan cara yang berbeda oleh setiap perusahaan. Hal ini dipengaruhi oleh latar belakang pemilik media sebagai pemegang kekuasaan tertinggi. Sehingga dalam mencapai idealisme tersebut terdapat konflik kepentingan yang terjadi antara bisnis dan redaksi. Perusahaan media dapat melaksanakan manajemen perusahaannya berdasarkan ideologi yang diyakini oleh pemilik medianya. Seperti yang terjadi pada *Langgam.id* dan *Harianhaluan.com* yang memiliki pola manajemen perusahaan yang berbeda.

*Harianhaluan.com* sejak tahun 2010 secara resmi telah dinaungi oleh Basko Group, sedangkan *Langgam.id* berdiri pada 2019 dan dipimpin oleh seorang wartawan. Keduanya memiliki pola manajemen perusahaan yang berbeda baik dari segi bisnis maupun redaksi. Pada sisi redaksi keduanya memiliki pola pemberitaan yang cukup berbeda, *Harianhaluan.com* tidak memiliki fokus pemberitaan tertentu, sedangkan *Langgam.id* memiliki fokus pemberitaan pada topik seputar peristiwa, hukum, kriminal, politik, ekonomi, pendidikan, kesehatan, budaya, dan sejarah. Sedangkan berita hiburan sama sekali tidak dimuat. Sedangkan dari segi bisnis *Harianhaluan.com* mendapatkan sumber pemasukan utama dari investor, sedangkan *Langgam.id* masih mengandalkan berita iklan dari mitranya.

Observasi awal yang dilakukan oleh peneliti menunjukkan bahwa keberadaan investor sebagai pemodal utama bagi *Harianhaluan.com* tidak menjamin kesejahteraan karyawannya. Seperti masih terdapat wartawan yang menerima pendapatan tambahan berupa amplop dari narasumber beritanya. Selain itu terdapat perubahan idealisme media yang terjadi di *Harianhaluan.com*. Pada awalnya *Harianhaluan.com* sebelum diakuisisi oleh Basko Group, merupakan salah satu koran tertua di Indonesia. Koran Haluan pada masa kejayaannya dikenal sebagai surat kabar pro-rakyat atau gencar menyuarakan aspirasi masyarakat. Namun setelah diakuisisi dan mendirikan situs beritanya, citra Haluan sebagai media pro-rakyat perlahan mulai tergerus. Terlebih lagi dengan keberpihakan politik yang dilakukan oleh *Harianhaluan.com* pada akhirnya berdampak pada pola manajemen perusahaannya.

Situasi yang berbeda terjadi di *Langgam.id* yang didirikan oleh wartawan. Para pendirinya memiliki keterlibatan dengan organisasi wartawan yakni Asosiasi Jurnalis Independen yang juga memberikan pengaruh pada idealisme perusahaannya. Berdasarkan observasi awal yang telah dilakukan peneliti menemukan bahwa *Langgam.id* memiliki keyakinan bahwa mereka mampu menjadi pers yang ideal sesuai dengan UU Pers dan KEJ. Meskipun pada akhirnya mereka mengalami kendala dalam manajemen bisnisnya.

Perbedaan manajemen perusahaan ini pada akhirnya menghasilkan ciri khas yang membedakan setiap perusahaan satu dengan yang lainnya. Khususnya pada manajemen redaksi yang berkaitan dengan fokus dan pola pemberitaan. Terdapat media siber yang memiliki fokus pada pemberitaan

politik, investigasi, hiburan, ekonomi, dan lain sebagainya. Hal ini juga akan memberikan dampak pada ketertarikan dan kepercayaan pengunjungnya.

Manajemen produksi berita yang dilakukan oleh *Langgam.id* dan *Harianhaluan.com* memiliki perbedaan yang cukup mencolok. Terhitung sepanjang November 2022 hingga April 2023 *Harianhaluan.com* telah menerbitkan 31431 berita. Jumlah tersebut melebihi delapan belas kali lipat dari total berita yang diterbitkan oleh *Langgam.id* pada periode yang sama, yaitu sebanyak 1724 berita. Perbedaan ini turut dipengaruhi oleh faktor sumber daya manusia dan modal ekonomi yang dimiliki oleh kedua media. *Langgam.id* pada April 2023 hanya memiliki total 4 orang anggota redaksi termasuk pimpinan dan wakil pimpinan redaksi. Sedangkan *Harianhaluan.com* pada waktu yang sama memiliki 10 orang anggota redaksi yang terdiri dari pimpinan redaksi, 1 redaktur pelaksana, 4 redaktur, 1 koordinator liputan dan 3 reporter.

Jumlah sumber daya yang dimiliki oleh keduanya turut mengalami perubahan. Pada Agustus 2023 *Langgam.id* telah mengubah struktur organisasi mereka dan menambah sumber daya manusianya. Total jumlah anggota redaksi *Langgam.id* per Agustus 2023 yaitu 1 orang pimpinan redaksi, 4 orang dewan redaksi, 2 orang redaktur, 2 orang reporter, dan 2 orang editor multimedia (*Langgam.id*, 2023). Perubahan susunan organisasi dan sumber daya manusia ini juga dialami oleh *Harianhaluan.com*. Terhitung pada Agustus 2023 total sumber daya manusia tim redaksi *Harianhaluan.com* adalah 1 orang penanggung jawab redaksi, 3 orang redaktur pelaksana, 1 orang koordinator liputan, 8 orang redaktur, 3 orang reporter, 30 orang penulis

konten atau kontributor, dan 6 orang di tim multimedia (*Harianhaluan.com*, 2023).

Tidak hanya memiliki perbedaan dalam jumlah sumber daya manusia, *Langgam.id* dan *Harianhaluan.com* juga memiliki perbedaan struktur organisasi. *Langgam.id* memiliki susunan organisasi yang cukup sederhana yakni posisi tertinggi dipimpin oleh direktur, tim redaksi dipimpin oleh pimpinan redaksi yang membawahi redaktur, reporter, dan editor multimedia, lalu tim bisnis dipimpin oleh manajem bisnis yang menaungi 1 orang marketing dan 1 orang admin keuangan. Sedangkan *Harianhaluan.com* memiliki struktur organisasi yang jauh lebih kompleks di mana posisi tertinggi dipimpin oleh komisaris utama, kemudian komisaris, lalu direktur utama dan direktur. Tim redaksinya dipimpin oleh penanggung jawab redaksi, lalu *chief editor*, lalu redaktur pelaksana yang membawahi koordinator liputan, redaktur, reporter, penulis konten, dan tim multimedia.

Meskipun memiliki perbedaan manajemen perusahaan yang berbeda, *Langgam.id* dan *Harianhaluan.com* tidak memiliki perbedaan pandangan yang mencolok terkait idealisme media. Sebagai dua media siber yang memiliki angka pembaca yang tinggi, *Langgam.id* dan *Harianhaluan.com* sudah seharusnya menjalankan fungsi dan tugasnya sesuai dengan Undang-Undang Pers (UU Pers) dan Kode Etik Jurnalistik. Keduanya meyakini bahwa pers yang ideal merupakan media yang mampu menjalankan fungsi dan tugasnya sesuai dengan landasan moral dan etika yang telah diatur. Pada penerapannya *Langgam.id* turut menyusun Pedoman Pemberitaan Langgam untuk mengatur hal-hal yang belum disebutkan secara spesifik dalam Kode Etik Jurnalistik.

*Harianhaluan.com* di sisi lain memiliki pola pemberitaan yang baik dalam mencapai idealismenya sebagai pers, yakni menyediakan berbagai jenis dan topik pemberitaan secara lengkap.

Demi menjaga idealisme media yang diyakini, *Langgam.id* dan *Harianhaluan.com* melakukan berbagai hal untuk menjadi media yang independen. *Langgam.id* dalam hal ini memanfaatkan media sosial seperti TikTok dengan cara memanfaatkan fitur *affiliate* dengan berbagai Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) di Sumatera Barat. Hal ini memungkinkan *Langgam.id* untuk mendapatkan keuntungan (monetisasi) melalui konten video maupun siaran langsung yang dilakukan dalam aplikasi tersebut. *Harianhaluan.com* di sisi lain sudah merintis fitur berlangganan untuk beberapa jenis tulisan yang diterbitkan. Strategi ini turut dilakukan oleh beberapa media siber nasional seperti *Tempo.co* dan *Kompas.com* dalam menjaga independensi redaksinya.

Selain berbagai strategi bisnis yang dilakukan dalam menjaga independensi media, *Langgam.id* dan *Harianhaluan.com* juga mengandalkan iklan dalam bentuk berita advertorial maupun *ads* di situs beritanya. Berita advertorial yang dimuat di *Langgam.id* ditandai dengan kolom *Palanta*, dan *Harianhaluan.com* memberikan penanda melalui kode di dalam artikel. Sedangkan iklan dalam situs utama atau *ads* dipengaruhi oleh angka klik dan kunjungannya. Sehingga tidak jarang media siber mencoba menerbitkan banyak berita setiap harinya agar mendapatkan hasil monetisasi yang lebih besar. Hal ini dilakukan oleh *Harianhaluan.com* sebagai salah satu cara agar



mereka dapat menjaga independensi redaksi meskipun telah disokong oleh sebuah perusahaan besar.

Persaingan antara media siber turut terjadi di Sumatera Barat. *Langgam.id* dan *Harianhaluan.com* dalam hal ini terbilang mampu bersaing dengan banyak media-media siber di Sumatera Barat. Berdasarkan situs Similarweb *Langgam.id* menduduki posisi ke 212 dalam kategori *News and Media Publisher* di Indonesia. *Harianhaluan.com* pada kategori yang sama berada di posisi ke 63. Apabila dibandingkan dengan beberapa media besar lainnya di Sumatera Barat, baik *Langgam.id* maupun *Harianhaluan.com* berada pada posisi yang cukup tinggi. Sebagai perbandingan pada kategori yang sama media Klikpositif berada pada urutan 759, PadangKita pada urutan 123, dan Covesia pada urutan 920.

Penelitian ini menggunakan metode penelitian kualitatif dan pendekatan studi kasus untuk menganalisis dan mendeskripsikan penerapan idealisme di media siber *Langgam.id* dan *Harianhaluan.com*. Terdapat tiga aspek yang akan dikaji pada penelitian ini yaitu penerapan dan independensi media, manajemen perusahaan, dan penerapan Kode Etik Jurnalistik. Berdasarkan latar belakang tersebut penelitian ini diberi judul **“Idealisme dan Independensi Pers (Studi Kasus terhadap Media Siber *Langgam.id* dan *Harianhaluan.com*)”**.

## 1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang yang telah diuraikan diatas, rumusan masalah yang akan dikaji dalam penelitian ini adalah “Bagaimana penerapan idealisme dan independensi, manajemen redaksi, dan penerapan Kode Etik Jurnalistik

perusahaan media siber *Harianhaluan.com* dan *Langgam.id* dalam menjalankan fungsi dan tanggung jawabnya sebagai pers?”

### 1.3 Tujuan Penelitian

Penelitian ini memiliki tujuan sebagai berikut :

1. Mendeskripsikan penerapan idealisme dan independensi pers media siber *Langgam.id* dan *Harianhaluan.com*.
2. Mendeskripsikan pola manajemen perusahaan media siber *Langgam.id* dan *Harianhaluan.com*.
3. Mendeskripsikan penerapan Kode Etik Jurnalistik dalam proses kegiatan jurnalistik di media siber *Harianhaluan.com* dan *Langgam.id*.

### 1.4 Manfaat Penelitian

#### 1.4.1 Manfaat Akademis

Penelitian ini diharapkan dapat menambah kajian dalam bidang Ilmu Komunikasi. Melalui penelitian ini diharapkan dapat membantu pengembangan konsep dan riset khususnya dalam kajian manajemen media massa. Selanjutnya hasil penelitian ini dapat digunakan sebagai acuan untuk penelitian lanjutan yang berkaitan dengan ekonomi politik media. Diharapkan penelitian ini dapat menunjukkan bagaimana penerapan nilai idealisme dan independensi media massa khususnya media siber di tengah persaingan dan konglomerasi yang terjadi.

#### 1.4.2 Manfaat Praktis

Melalui penelitian ini diharapkan dapat menjadi masukan bagi *Langgam.id* dan *Harianhaluan.com* dalam menjalankan fungsi dan

tugasnya sebagai pers, baik dalam hal idealisme redaksi maupun independensi perusahaan. Selain itu penelitian ini diharapkan dapat berguna bagi pembaca untuk memahami realitas yang terjadi di dalam perusahaan media siber dalam mengelola kegiatan perusahaan dan jurnalistiknya.

