

# BAB I

## PENDAHULUAN

### 1.1 Latar Belakang

Di era digital yang berkembang pesat, informasi telah menjadi komoditas yang sangat berharga dan mudah diakses. Perkembangan teknologi informasi dan komunikasi secara signifikan mengubah lanskap media, menjadikan media *online* sebagai sumber utama informasi bagi masyarakat. Dengan kecepatan, aksesibilitas, dan interaktivitas yang ditawarkannya, media *online* menciptakan paradigma baru dalam dunia jurnalistik, memungkinkan informasi tersebar dalam hitungan detik ke seluruh penjuru dunia. Media ini mempermudah masyarakat mengakses berita secara *real-time*, menjadikannya lebih relevan dibandingkan media cetak dan elektronik (Candra, 2024).



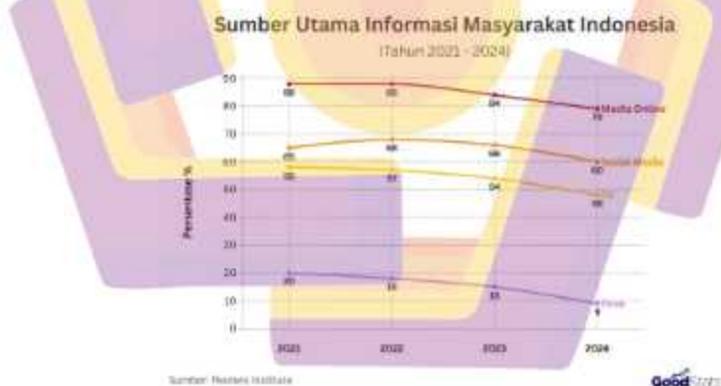
Gambar 1.1 Pengguna media *online* di Indonesia 2024

Sumber : <https://andi.link/hootsuite-we-are-social-data-digital-indonesia-2024/>

Pertumbuhan pengguna internet dan media sosial di Indonesia pada tahun 2024 menunjukkan pentingnya media *online* sebagai sumber informasi utama. Dengan 185,3 juta pengguna internet dan 139 juta pengguna media sosial, kompetisi antar portal berita semakin ketat. Media *online* harus cepat dan akurat untuk menarik perhatian pembaca, mengingat pengguna menghabiskan rata-rata 7 jam 38 menit sehari di internet. Pertumbuhan media *online* telah mengubah secara drastis cara

penyampaian berita, dan kompetisi di antara portal berita semakin ketat. Radar Jogja sebagai salah satu media *online* lokal, menghadapi tantangan besar dalam menjaga kredibilitas berita.

Di balik kemudahan dan kecepatan ini, muncul tantangan besar yaitu menjaga kredibilitas di tengah arus informasi yang deras. Penyebaran berita palsu, disinformasi, dan misinformasi yang begitu cepat menjadi ancaman serius bagi integritas media. Hal ini membuat kredibilitas menjadi isu krusial dalam lanskap media *online*, sehingga peran *content writer* jurnalistik sangat penting dalam menjaga akurasi dan kepercayaan publik terhadap berita. Dalam hal ini media seperti radarjogiacom menghadapi tantangan besar untuk terus relevan dan dapat dipercaya. Sebagai sumber konsumsi informasi, media *online* harus menerapkan strategi yang tepat agar masyarakat senantiasa memakai serta mempercayai informasi dari media tersebut. Ditambah lagi, ketatnya persaingan media *online* mengakibatkan masyarakat rentan beralih pada media lainnya yang lebih terbaru serta aktual (Nasution, 2022).



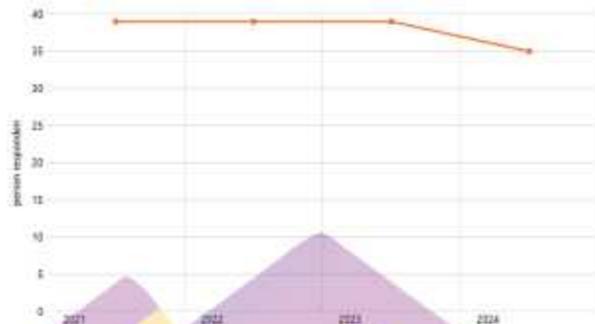
Gambar 1.2 Media sebagai sumber utama informasi

Sumber: <https://databoks.katadata.co.id/>

Berdasarkan data *Digital News Report 2024* oleh *Reuters Institute* yang menyoroti sumber berita di Indonesia dari tahun 2021 hingga 2024, terlihat bahwa media *online* masih menjadi sumber utama informasi bagi masyarakat Indonesia.

Meskipun mengalami penurunan dari 88% pada tahun 2021 menjadi 79% pada tahun 2024, media *online* tetap mendominasi sebagai pilihan utama masyarakat dalam memperoleh berita. Angka ini menunjukkan betapa pentingnya peran media *online* dalam membentuk opini publik dan menyebarkan informasi. Namun, di sisi lain, laporan yang sama juga mengungkapkan bahwa hanya 39% responden Indonesia yang percaya bahwa mereka dapat membedakan antara berita yang benar dan yang salah di internet. Ini menegaskan pentingnya peran media dalam menyajikan informasi yang dapat dipercaya dan diverifikasi. Sebagai salah satu media *online* terkemuka di Yogyakarta, *radarjogjacom* berupaya menyajikan berita yang akurat, berimbang, dan terpercaya. Namun, di tengah persaingan yang ketat dan tuntutan kecepatan dalam menyampaikan berita, media ini dihadapkan pada dilema antara kecepatan dan keakuratan. Di satu sisi, mereka perlu cepat dalam menyampaikan berita untuk menarik perhatian pembaca dan meningkatkan *traffic*.

Dalam hal ini *RadarJogjacom* memiliki peran strategis, terutama sebagai media lokal yang dekat dengan masyarakat Yogyakarta. Dengan strategi yang fokus pada isu lokal, media ini memiliki potensi besar untuk membangun kepercayaan publik melalui pemberitaan yang relevan dan terpercaya. Meski demikian, *RadarJogjacom* menghadapi tantangan besar dalam bersaing dengan portal berita nasional seperti *Detik.com* dan *Tribunnews.com* yang mendominasi peringkat media *online* di Indonesia. Dalam menghadapi tekanan ini, strategi yang diterapkan oleh *content writer* menjadi sangat penting. *Content writer* di *RadarJogjacom* dituntut untuk tidak hanya menciptakan konten yang menarik dan informatif, tetapi juga menerapkan proses verifikasi ketat untuk memastikan akurasi berita. Selain itu, mereka perlu memanfaatkan teknologi dan pendekatan *multiplatform* agar berita dapat disampaikan dengan cepat tanpa mengorbankan kualitasnya.



Gambar 1.3 Penurunan tingkat kepercayaan masyarakat terhadap media

Sumber: <https://databoks.katadata.co.id/>

Berdasarkan *Digital News Report 2024* yang dirilis oleh *Reuters Institute*, proporsi responden yang menyatakan "mempercayai sebagian besar berita hampir setiap waktu" menurun dari 39% pada 2021 menjadi 35% pada 2024. Hal ini menunjukkan bahwa masyarakat Indonesia masih meragukan kredibilitas media berita. Situasi ini menciptakan urgensi bagi media *online*, termasuk *RadarJogja.com*, untuk menemukan strategi efektif dalam membangun dan mempertahankan kredibilitas mereka di mata publik. Situasi semakin diperumit dengan meningkatnya penyebaran hoaks, terutama menjelang pemilu. Data dari Kementerian Komunikasi dan Informatika Republik Indonesia mencatat 101 isu hoaks terkait Pemilu yang tersebar hingga Oktober 2024, menunjukkan lonjakan signifikan dibandingkan tahun-tahun sebelumnya. Kasus-kasus ini tidak hanya merusak stabilitas sosial dan politik tetapi juga memperburuk kepercayaan publik terhadap media.



Gambar 1.4 Berita media *online* Radarjogja  
Sumber : Radarjogja.Jawapos

*RadarJogjacom* menghadapi tantangan besar dalam menjaga akurasi pemberitaan di tengah persaingan ketat dengan portal berita nasional yang mendominasi media *online* di Indonesia. Tantangan ini menjadi semakin kompleks dalam era *post-truth*, di mana emosi dan sensasi sering kali lebih menarik perhatian dibandingkan fakta yang terverifikasi. Salah satu contohnya adalah artikel berjudul "*Erina Gudono Bikin Heboh, Tancap Gas ke Politik dengan Masuk Bursa Calon Bupati Sleman di Pilkada 2024,*" yang menggunakan *headline* sensasional dan sumber yang tidak kredibel, seperti akun Instagram, tanpa klarifikasi resmi dari pihak terkait. Kasus ini menggambarkan dilema antara kecepatan dan akurasi pemberitaan, yang dapat mengorbankan kredibilitas media. Dalam menghadapi tekanan ini, *content writer RadarJogjacom* memiliki peran penting untuk tidak hanya menciptakan konten yang menarik, tetapi juga memanfaatkan proses verifikasi ketat dan pendekatan *multiplatform* untuk menyajikan berita yang cepat tanpa mengorbankan kualitas. Dengan strategi yang tepat, *RadarJogjacom* diharapkan mampu menjaga integritas jurnalistiknya sekaligus membangun kembali kepercayaan publik terhadap media.

## **1.2 Rumusan Masalah**

Bagaimana strategi yang diterapkan oleh *content writer* di *RadarJogjacom* untuk menjaga kredibilitas di media *online*?

## **1.3 Tujuan Penelitian**

Tujuan penelitian ini adalah untuk menganalisis strategi yang diterapkan oleh *content writer* jurnalistik di *RadarJogjacom* dalam menjaga kredibilitas berita di tengah persaingan media *online*, khususnya terkait upaya menyeimbangkan kecepatan dan akurasi pemberitaan guna mempertahankan kepercayaan publik.

## **1.4 Manfaat Penelitian**

Manfaat penelitian ini adalah memberikan wawasan bagi media *online*, khususnya *RadarJogjacom*, tentang strategi efektif dalam menjaga kredibilitas berita. Selain itu, penelitian ini dapat menjadi referensi bagi *content writer* jurnalistik dalam mengelola pemberitaan yang akurat dan terpercaya di tengah persaingan media digital.

## **1.5 Sistematika Bab**

Bab I : Pendahuluan yang berisi latar belakang, rumusan masalah, tujuan penelitian, manfaat penelitian, sistematika bab.

Bab II : Tinjauan pustaka yang berisi penelitian sebelumnya, landasan teori dan kerangka berpikir.

Bab III : Metodologi yang berisi paradigma penelitian, pendekatan penelitian, metode penelitian, subjek dan objek penelitian, teknik pengambilan data, dan analisis data.

Bab IV : Temuan dari pembahasan yang berisi deskripsi objek, temuan penelitian dan pembahasan

Bab V : Penutup yang berisi kesimpulan dan saran penelitian selanjutnya.