

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Dewasa ini kebutuhan informasi masyarakat Indonesia mulai berkembang. Tidak hanya pada kebutuhan semu dan sesaat, namun telah menjadi kebutuhan yang kontinyu dan rutin. Berbagai kebutuhan informasi baik mulai dari dunia hiburan, ekonomi-bisnis, politik, keilmuan, dan hal sepele pun menjadi konsumsi khalayak. Informasi kini telah dinilai oleh masyarakat sebagai suatu kebutuhan, dari hanya sekedar untuk tahu hingga untuk kepentingan profesional.

Informasi kini mulai ditanggapi positif oleh masyarakat. Posisi informasi sebagai kebutuhan esensial dijadikan masyarakat kita untuk mencapai tujuan melalui manfaat yang diperolehnya. Dengan ketersediaan informasi, manusia dapat memperluas cakrawala pengetahuannya, memahami kedudukan serta peranan dalam masyarakat dan mengetahui apa saja peristiwa yang terjadi di sekitarnya.

Beragam peristiwa dan informasi yang diperoleh masyarakat tidak terlepas dari peranan suatu media massa dalam hubungannya dengan penyajian dan

interpretasi fakta peristiwa. Melalui media massa masyarakat mendapatkan suatu bentuk penyajian informasi berupa berita.

Teknik-teknik penulisan berita mengacu pada ketergesa-gesaan, kebutuhan, dan kecepatan, sehingga berita-berita yang ditulis di surat kabar, apalagi di media baru (*online*) bentuknya singkat, padat, dan ringkas. Salah satunya ialah Showbiz Indonesia.

Showbiz Indonesia merupakan sebuah portal premium yang membahas berbagai berita mengenai *entertainment* dan *lifestyle* dengan slogan faktual, informatif, dan berkelas.

Showbiz Indonesia sendiri awalnya didirikan pada 12 Oktober 2013 oleh Ade Binarko, seorang *news blogger* dengan domain www.indonesiashow.biz dan Vivid Argarini, CEO Majalah Aneka Yes!, yang sudah bertahun-tahun malang melintang di industri media Indonesia. Selain menjadi *founder*, Vivid Agrarini juga menjabat sebagai *Media dan Business Development Advisor* di Showbiz Indonesia.

Pada portal Showbiz Indonesia, terdapat beberapa rubrik/kategori berita yang bisa diakses oleh pembaca, diantaranya ada rubrik *Music*, *Movie*, *Intermezzo*, *Lifestyle*, *Nu Face*, *Fashion*, *Hot Spot*, dan *Event*.

Sesuai dengan tujuan kegiatan jurnalistik dalam rangka memengaruhi khalayaknya, unsur keindahan sajian produklah yang sangat diutamakan. Indah di sini dalam arti dapat diminati dan dinikmati. Karena itu selain dibentuk dalam

berbagai jenis, berita pun disajikan dengan konstruksi tertentu. Dalam hal ini, keseluruhan bangunan naskah berita terdiri dari atas empat unsur, yaitu: judul berita, *lead* (teras berita), *body* (tubuh berita), dan *ending* (penutup berita). (Barus: 2010: 87)

Pada dasarnya, penulisan dalam berita mempunyai aturan-aturan tertentu, yakni berkenaan dengan cara penulisan judul berita, teras berita (*lead/intro*), tubuh berita (*body*), dan bagian penutup. Djuraid (2009:78) menambahkan, dalam pembuatan berita, harus ada kesinambungan antara judul, *lead*, isi, dan penutup berita. Ini penting agar pembaca bisa mendapat informasi yang lengkap dalam sebuah berita.

Maka dari itu, disini penulis ingin mengetahui apakah media *online*, khususnya di Showbiz Indonesia telah menerapkan kaidah teknik penulisan dalam hal pemilihan jenis *lead* (teras berita) dan jenis *ending* (penutup berita). Karena sekarang media *online* harus lebih menerapkan konsep dan mempunyai strategi dalam menarik minat khalayak agar memilih portalnya untuk membaca informasi dan pastinya agar bisa bersaing dengan media lain.

Semua unsur tersebut sangat penting dalam berita, tetapi teras berita dan bagian penutup berita juga tak kalah pentingnya. Teras berita menggambarkan isi berita secara keseluruhan, dan bagian penutup berita merupakan suatu kesimpulan dari isi berita. Agar pembaca mudah mengerti suatu berita, jurnalis yang membuatnya harus menegaskan pada bagian teras dan akhir berita.

1.2 Rumusan Masalah

Sebagai media massa, media internet (harus) menggunakan kaidah-kaidah jurnalistik dalam sistem kerja mereka, termasuk dalam penggunaan bahasa jurnalistik dan kaidah bahasa Indonesia. Tidak ada perbedaan antara bahasa jurnalistik cetak dan jurnalistik internet karena sama-sama komunikasi melalui tulisan.

Nasib sebuah berita memang sangat ditentukan oleh bentuk terasnya karena pilihan berita yang disajikan untuk pembaca menjadi semakin beragam. Oleh karena itu, sering kali dikatakan teras berita harus mampu menarik perhatian pembaca (Barus, 2010: 69). Kemudian, belakangan ini reporter terkadang menempatkan kutipan atau fakta yang menarik di akhir berita, atau mereka membiarkan pertanyaan yang dimunculkan di awal berita tidak terjawab hingga ke akhir paragraf. (Ronilcki et al, (2008:56). Tujuan keduanya adalah supaya pembaca berkeinginan untuk menarik pembaca membaca berita tersebut dan terus melanjutkan bacaan beritanya dari awal hingga akhir. Maka dari itu, pemilihan jenis *lead* dan *ending* penting untuk menarik pembaca.

Selama ini, di pemberitaan media *online* Showbiz Indonesia belum tahu menggunakan jenis *lead* dan jenis *ending* sesuai atau tidak dengan ilmu yang ada atau kaidah yang biasa dipakai. Maka itu, jika dilihat dari penjabaran sebelumnya timbul beberapa pertanyaan, yaitu:

1. Apa jenis *lead* yang digunakan pada berita rubrik *Movie* di media *online* Showbiz Indonesia?

2. Apa jenis *ending* yang digunakan pada berita rubrik *Movie* di media *online* Showbiz Indonesia?

Melalui persoalan-persoalan yang timbul di atas, maka peneliti merumuskan masalah pokok yang ada, yaitu “**Apa jenis *lead* dan jenis *ending* berita yang digunakan pada rubrik *Movie* di media *online* Showbiz Indonesia?**”

Berdasarkan uraian di atas, peneliti mengambil judul penelitian “**Jenis *Lead* dan Jenis *Ending* Berita pada Rubrik *Movie* di Media *Online* Showbiz Indonesia Periode Januari - Maret 2016**”.

1.3 Tujuan Penelitian

Ada pun tujuan dari penelitian ini, yaitu:

1. Untuk mengetahui jenis *lead* yang digunakan pada berita rubrik *Movie* di media *online* Showbiz Indonesia
2. Untuk mengetahui jenis *ending* yang digunakan pada rubrik *Movie* di media *online* Showbiz Indonesia

1.4 Manfaat Penelitian

Manfaat dari penelitian ini terbagi menjadi dua, yaitu manfaat secara teoritis dan manfaat secara praktis, berikut penjabarannya:

1.4.1 Manfaat Teoritis

Secara teoritis, penelitian ini dapat menjadi informasi tentang pedoman penulisan *lead* dan *ending* pada suatu berita

1.4.2 Manfaat Praktis

Peneliti berharap penelitian ini dapat menjadi salah satu referensi bagi peneliti lain yang akan melakukan penelitian yang sama dengan penelitian yang telah ada. Selain itu, penelitian ini diharapkan dapat memberi masukan kepada media *online* Showbiz Indonesia mengenai pedoman dalam menulis berita, terutama tentang jenis *lead* dan jenis *ending* pada berita.

1.5 Sistematika Penelitian

Berikut penjabaran lengkap tentang sistematika penulisan penelitian yang diuraikan secara kuantitatif, yaitu:

BAB I PENDAHULUAN

Bab ini berisikan latar belakang permasalahan, rumusan masalah penelitian, tujuan dan manfaat penelitian, serta sistematis penulisan yang menjabarkan secara singkat kerangka laporan penelitian yang penulis buat.

BAB II TINJAUAN PUSTAKA

Bab ini berisikan teori-teori yang mendukung penulisan laporan penelitian penulis. Beberapa teori umum yang penulis lampirkan di sini adalah Jurnalistik, Media Massa, Media *Online*, *Lead*, *Ending*, dan sebagainya.

BAB III METODE PENELITIAN

Bab ini berisikan metode dan desain penelitian yang digunakan oleh penulis, unit analisis, kategori dan definisi kategori, serta analisis data yang digunakan penulis dalam penelitian.

BAB IV HASIL PENELITIAN

Bab ini berisi tentang gambaran umum objek penelitian, hasil penelitian, dan pembahasan.

BAB V PENUTUP

Pada bab ini berisi tentang kesimpulan dari penelitian yang telah dilakukan dan juga disertai saran-saran agar penelitian ini dapat lebih sempurna.