

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Masalah

Perkembangan teknologi yang tak dapat ditahan semakin lama semakin menjadi berkat beberapa inovasi yang telah hadir yang berdampak langsung pada segala aktivitas yang dilakukan manusia. Internet menjadi salah satu terobosan yang sangat berpengaruh dalam peradaban di hampir satu abad ini. Mudah, instan, dan cepat menjadi salah satu kata yang erat dengan internet. Pemanfaatannya yang dapat dipadukan dengan banyak teknologi di berbagai bidang membuat hampir semua aktivitas bisa dilakukan menggunakan bantuan internet, termasuk dalam penyebaran informasi.

Trend internet membuat banyak aplikasi baru dengan beragam fungsi dan manfaat di baliknya. Jejaring sosial atau media sosial menjadi yang paling banyak dimiliki karena digunakan oleh banyak kalangan dari beragam usia. Menurut Van Dijk (2013), media sosial adalah *platform* media yang memfokuskan pada eksistensi pengguna yang memfasilitasi mereka dalam beraktivitas maupun berkolaborasi. Karena itu, media sosial dapat dilihat sebagai medium (fasilitator) *online* yang menguatkan hubungan antar pengguna sekaligus sebagai sebuah ikatan sosial.

Media sosial cenderung menyampaikan pesan lebih cepat dibandingkan media lainnya. Pesan yang disampaikan oleh media sosial juga bebas atau tanpa harus melalui suatu *gatekeeper*. Media sosial juga mampu menyampaikan pesan tidak hanya untuk satu orang saja, namun ke berbagai orang secara serentak.

Berdasarkan penjelasan singkat di atas, media sosial merupakan media penyampaian pesan yang sangat efektif. Pesan atau informasi yang disampaikan bersifat langsung, juga bersifat instan karena memungkinkan untuk satu pesan diterima oleh banyak orang dalam waktu yang sama. Hal ini menjadi karakteristik media sosial yang paling mencolok jika dibandingkan dengan media konvensional.

Asosiasi Penyelenggara Jasa Internet Indonesia (APJII) membuat info grafis yang menjelaskan bahwa di tahun 2022 penetrasi pengguna internet di Indonesia mencapai 204,7 juta dengan total populasi penduduk sebanyak 277,7 juta jiwa. Hal ini menjadi bukti jika lebih dari setengah masyarakat Indonesia telah mengenal dan menggunakan internet dalam kesehariannya.

Gambar 1.1
Penetrasi Pengguna Internet di Indonesia Tahun 2022



Sumber: Hootsuite 2022

Fenomena internet yang memiliki pengguna yang sangat pesat di Indonesia membuat Pemerintah Kota (Pemkot) Cimahi semakin berupaya untuk dapat memberikan informasi seputar perkembangan dan informasi terkini Kota Cimahi dengan jangkauan yang lebih luas dari beragam kalangan. Hadirnya teknologi digital berdampak masif dengan terhubungnya manusia dari seluruh dunia bahkan hanya lewat sentuhan jari, menegaskan bahwa kini manusia berada dalam perubahan yang fundamental.

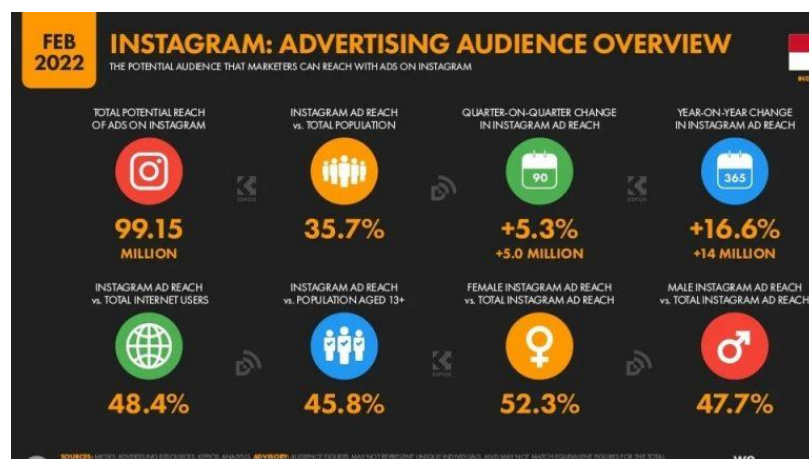
Abdulsyani (2012: 30-31) menjelaskan followers sebagai community dapat dilihat dari dua sudut pandang; Pertama, memandang community sebagai unsur statis, artinya community terbentuk dalam suatu wadah/ tempat dengan batas-batas tertentu, maka ia menunjukkan bagian dari kesatuan followers-nya sehingga ia dapat pula disebut sebagai followers-nya setempat, misalnya kampung, dusun, atau kota-kota kecil.

Dari sekian banyak media sosial yang diciptakan, Instagram menjadi salah satu yang paling populer karena digunakan oleh 99,15 juta orang di Indonesia. Karenanya dengan jumlah sebanyak itu, kemungkinan untuk menjangkau audiens yang lebih luas lagi bisa semakin terealisasi.

Dikutip dari dianisa, Instagram merupakan salah satu media sosial populer yang diciptakan pada 6 Oktober 2010 oleh Kevin Systrom dan Mike Krieger dari perusahaannya yang bernama Burbn, Inc. sebelum akhirnya diakuisisi oleh perusahaan raksasa Meta (dahulu Facebook) pada awal 2012.

Kata “insta” yang diambil dari kata “instan” seperti kamera polaroid sedangkan kata “gram” berasal dari kata “telegram” yang merupakan alat pengirim pesan berupa karakter secara cepat. Kedua kata tersebut menjadi makna dari nama Instagram, sesuai dengan keseluruhan dari fungsinya, yakni menampilkan foto-foto dan video secara instan oleh penggunanya.

Gambar 1.2
Penetrasi Pengguna Instagram di Indonesia Tahun 2022



Sumber: Hootsuite 2022

Peran Instagram yang sangat penting dalam proses penyebaran informasi menjadi upaya yang positif sebagai bentuk pelayanan akan referensi informasi pada masyarakat. Informasi yang disajikan oleh akun Instagram @cimahikota juga dikemas dengan berita yang singkat, padat, dan jelas serta visual yang menarik guna warga kota Cimahi khususnya *followers*-nya tidak bosan. Hal ini menjadi salah satu kunci kepercayaan suatu instansi untuk membangun hubungan yang harmonis, baik dengan masyarakat ataupun sesama instansi lain.

Gambar 1.3
Konten Pada Akun Instagram @cimahikota



Sumber: Akun Instagram @cimahikota

Akun Instagram @cimahikota merupakan sebuah media massa digital yang dikelola oleh Dinas Komunikasi dan Informatika (Diskominfo) Pemerintah Kota (Pemkot) Cimahi. Sebagai bagian dari media massa yang menyampaikan informasi lewat tulisan, bahasa menjadi sarana yang menyampaikan informasi. Jelas tidaknya pesan yang disampaikan jelas dipengaruhi oleh bahasa yang dipakai, sehingga penggunaan bahasa yang

baik dan benar menjadi poin penting dalam penyampaian informasi pada publik.

Bahasa menjadi ruh pada setiap media massa, cetak, dan elektronik. Bahasa digunakan sebagai perantara komunikasi yang efektif, menjadi gambaran dari penggunaan yang sesuai dengan situasi kebahasaan yang dituntut. Berdasarkan dasar ini, terdapat sebuah pepatah yang berbunyi “bahasa menunjukkan bangsa,” yang memiliki arti “setiap media memiliki ragam bahasa, sesuai dengan khalayak yang dituju.”

Dalam sudut pandang jurnalistik, informasi yang disajikan harus selalu benar, jelas, dan akurat. Bahasa jurnalistik harus singkat, padat, sederhana, jelas, lugas, tetapi selalu menarik. Sifat-sifat itu harus dipenuhi oleh bahasa jurnalistik mengingat media massa dinikmati oleh lapisan masyarakat yang tidak sama tingkat pengetahuannya (Sumadiria: 2019:6).

Bahasa jurnalistik merupakan gaya bahasa yang sering kali digunakan dalam menulis berita oleh jurnalis. Selain itu, bahasa jurnalistik juga disebut sebagai bahasa komunikasi massa (*language of mass communication*), yakni bahasa yang digunakan dalam kegiatan komunikasi lewat media massa, seperti komunikasi lisan di TV dan radio, serta komunikasi tulisan di media cetak secara singkat, padat, dan mudah dipahami.

Terdapat pedoman dalam penulisan berita yang dijadikan sebagai dasar dengan fungsi untuk memikat dan memudahkan khalayak memahami berita. Penggunaan kata-kata yang efisien dan ekonomis atau membuang

kata-kata yang tidak perlu sehingga membuat kalimat menjadi lebih singkat adalah salah satu penerapan pedoman dalam penulisan berita.

Permasalahan penelitian ini adalah sering kali dalam praktik jurnalistik ditemukan paragraf berulang dan mubazir kata dalam penulisan berita, baik dalam *lead* maupun tubuh berita. Contohnya kesalahan pada tubuh berita terdapat di unggahan akun Instagram @cimahikota pada tanggal 1 April 2022, seperti berikut:

Gambar 1.4 Konten Pada Akun Instagram @cimahikota



Sumber: Akun Instagram @cimahikota

Plt. Wali Kota Cimahi, Ngatiyana @ngatiyana.cimahi melakukan Sidak Terpadu Monitoring Harga Kebutuhan Pokok Menjelang Bulan Ramadhan 1443H di Pasar Cimindi dan Pasar Baros, Kamis (31/03/2022)

Sidak pasar ini dilakukan untuk mengetahui dan memonitor harga kebutuhan pokok menjelang Ramadhan. Plt. wali kota Cimahi menghimbau masyarakat dalam menyambut bulan suci Ramadhan dengan sederhana mungkin.

Pemerintah Kota Cimahi akan berupaya untuk meminimalisir lonjakan harga kebutuhan pokok dengan berkoordinasi dengan bulog.

Kata-kata yang dicetak tebal seharusnya tidak dicantumkan. Kata ‘Sidak pasar ini dilakukan untuk mengetahui dan memonitor harga

kebutuhan pokok menjelang Ramadhan.’ memiliki arti yang sama dengan kalimat di paragraf pertama yang bertuliskan ‘Sidak Terpadu Monitoring Harga Kebutuhan Pokok Menjelang Bulan Ramadhan 1443H’, sehingga tidak sesuai dengan ciri tidak mubazir dan tidak klise. Begitu juga kata yang bergaris bawah, yakni ‘Plt.’ yang merupakan singkatan/akronim dari Pelaksana Tugas namun tidak dijelaskan kepanjangannya sehingga tidak sesuai dengan ciri spesifik.

Contoh lainnya ada di unggahan pada 25 Maret 2022.

Menjelang bulan Ramadhan Pemerintah Kota Cimahi yang dihadiri oleh Plt. Wali Kota Cimahi, Ngatiyana menggelar Rapat Koordinasi Tim Pengendalian Inflasi Daerah (TPID) Kota Cimahi tahun 2022 yang bertempat di Aula Upp Upt Balai Benih Ikan Air Tawar (BBIAT), Kamis (24/03/2022), Hal ini dimaksudkan untuk menjaga stabilitas kebutuhan pokok di Kota Cimahi.

Dampak dari pandemi covid 19 salah satunya pengaruh perekonomian global yang membuat kondisi perekonomian Indonesia terguncang, oleh karena itu Kota Cimahi melalui **Tim Pengendalian Inflasi daerah** (TPID) berupaya proaktif mendorong berbagai sektor ekonomi agar tumbuh makin produktif khususnya di Kota Cimahi dengan menghadirkan program-program yang inovatif dan efektif dalam menjaga stabilisasi harga/inflasi di Kota Cimahi.

Plt. Wali Kota Cimahi mengharapkan menjelang bulan Ramadhan agar masyarakat Kota Cimahi tidak *panic buying* atau pembelian secara berlebihan, juga TPID agar dapat memastikan strategi 4k, yaitu ketersediaan pasokan, keterjangkauan harga, kelancaran distribusi, dan komunikasi yang efektif.

Dalam contoh unggahan kedua terdapat ketidaksesuaian ciri tidak mubazir dan tidak klise di kata ‘Tim Pengendalian Inflasi Daerah’ yang dicetak tebal seharusnya tidak perlu dituliskan lagi, namun diganti dengan singkatan TPID. Alasannya adalah untuk menghindari pengulangan kata karena pada paragraf pertama singkatan TPID sudah dijelaskan.

Dari beberapa latar belakang yang peneliti paparkan, peneliti tertarik untuk menganalisis jurnalistik dalam unggahan di sosial media. Sehingga judul dalam penelitian ini adalah:

“Analisis Jurnalistik Pada Unggahan Akun Instagram @cimahikota Dalam Penyampaian Informasi”.

1.2 Rumusan Masalah

1.2.1 Rumusan Masalah Makro

Sesuai dengan latar belakang penelitian yang telah diungkapkan sebelumnya, maka peneliti menetapkan rumusan masalah makro dalam penelitian ini adalah: **“Bagaimana Analisis Jurnalistik Pada Unggahan Instagram @cimahikota Dalam Penyampaian Informasi?”**

1.2.2 Rumusan Masalah Mikro

Berdasarkan rumusan masalah makro yang sudah ditetapkan, maka rumusan masalah mikro dalam penelitian ini adalah:

1. Bagaimana penyampaian informasi pada akun instagram @cimahikota ditinjau dari karakteristik **komunikatif** dalam bahasa jurnalistik?
2. Bagaimana penyampaian informasi pada akun instagram @cimahikota ditinjau dari karakteristik **spesifik** dalam bahasa jurnalistik?
3. Bagaimana penyampaian informasi pada akun instagram @cimahikota ditinjau dari karakteristik **hemat kata** dalam bahasa jurnalistik?
4. Bagaimana penyampaian informasi pada akun instagram @cimahikota ditinjau dari karakteristik **jelas makna** dalam bahasa jurnalistik?

5. Bagaimana penyampaian informasi pada akun instagram @cimahikota ditinjau dari karakteristik **tidak mubazir dan tidak klise** dalam bahasa jurnalistik?

1.3 Maksud dan Tujuan Penelitian

1.3.1 Maksud Penelitian

Maksud dari penelitian ini adalah untuk **Menganalisis Jurnalistik Pada Unggahan Akun Instagram @cimahikota Dalam Penyampaian Informasi**”.

1.3.2 Tujuan Penelitian

Sesuai dengan rumusan masalah mikro yang telah dipaparkan sebelumnya, maka tujuan penelitian ini sebagai berikut:

1. Untuk mengetahui penyampaian informasi pada akun instagram @cimahikota ditinjau dari karakteristik **komunikatif** dalam bahasa jurnalistik.
2. Untuk mengetahui penyampaian informasi pada akun instagram @cimahikota ditinjau dari karakteristik **spesifik** dalam bahasa jurnalistik.
3. Untuk mengetahui penyampaian informasi pada akun instagram @cimahikota ditinjau dari karakteristik **hemat kata** dalam bahasa jurnalistik.

4. Untuk mengetahui penyampaian informasi pada akun instagram @cimahikota ditinjau dari karakteristik **jelas makna** dalam bahasa jurnalistik.
5. Untuk mengetahui penyampaian informasi pada akun instagram @cimahikota ditinjau dari karakteristik **tidak mubazir dan tidak klise** dalam bahasa jurnalistik.

1.4 Kegunaan Penelitian

1.4.1 Kegunaan Teoritis

Hasil penelitian ini diharapkan bisa dijadikan sebagai rujukan, bahan masukan, dan wawasan bagi penelitian-penelitian selanjutnya, sehingga mampu menunjang perkembangan dalam bidang Ilmu Komunikasi.

1.4.2 Kegunaan Praktis

1. Bagi Peneliti

Hasil penelitian ini diharapkan dapat mengaplikasikan ilmu dan bermanfaat bagi peneliti sebagai pengetahuan dan pengalaman, khususnya dalam Ilmu Komunikasi terutama Jurnalistik.

2. Bagi Akademik

Diharapkan penelitian ini berguna bagi umum khususnya teman-teman di Unikom, terlebih untuk program studi ilmu komunikasi sebagai literatur dalam kajian yang sama. Selain itu, penelitian ini juga semoga

mampu berguna baik sebagai referensi, pengetahuan, atau pengalaman bagi seluruh pihak yang tertarik untuk meneliti tentang bahasa jurnalistik.

3. Bagi Dinas Komunikasi dan Informatika Kota Cimahi

Hasil penelitian ini semoga dapat memberikan masukan serta tambahan informasi bagi staf dan pengelola akun Instagram @cimahikota dalam penggunaan bahasa jurnalistik dalam penyampaian pesan atau berita di kemudian hari.