

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Penelitian

Media memiliki peran yang sangat penting bagi manusia. Selain hiburan dan edukasi, media juga memiliki fungsi yang sangat penting yaitu menyampaikan informasi kepada khalayak. Ini dikarenakan kebutuhan yang besar dari masyarakat akan informasi. Informasi menjadi sesuatu yang sangat berharga bagi masyarakat.

Merintis tentang sejarah jurnalistik berasal dari kata *diurnalis* dan berkembang menjadi nama *journal* dengan mempunyai makna informasi yang diperoleh setiap hari dari manusia. Dewasa ini sebuah informasi yang didapat oleh masyarakat tidak hanya setiap hari, melainkan perkembangan media komunikasi bahkan setiap waktu manusia bisa memperoleh dengan cepat.

Di era globalisasi sekarang ini manusia sangat tergantung pada teknologi. Teknologi berkembang pesat dan menjadi kebutuhan primer masyarakat. Berkembangnya teknologi beriringan dengan perkembangan media massa di penjuru dunia. Masyarakat semakin mudah mendapat informasi dengan tanpa memerlukan waktu yang lama.

Media massa secara garis besar dibagi menjadi dua, media massa modern dan media massa tradisional. Media massa modern tersentuh dengan adanya kemajuan teknologi. Contohnya seperti media massa cetak yang merupakan media yang dalam penyampaian pesannya berbentuk tulisan dan dicetak berupa lembaran, serta media massa elektronik adalah sebuah media yang dalam penyampaian informasinya disajikan dengan bentuk audio maupun visual seperti televisi, radio maupun internet.

Dunia media massa telah menjadi salah satu bagian terpenting dalam sejarah Indonesia. Semenjak kemunculannya yang pertama kali pada abad ke-17 sebelum Indonesia merdeka, dunia media massa telah mengambil perannya sebagai saksi perkembangan tanah air. Mulai dari zaman Kolonial Belanda yang memuat berita-berita resmi pemerintahan, berita lelang dan berita kutipan dari harian-harian di Eropa. Pada zaman penjajahan Jepang media massa digunakan untuk propaganda serta memuji-muji pemerintah maupun tentara Jepang.

Pada zaman Revolusi atau Orde Lama, media massa menjadi salah satu alat perjuangan untuk kemerdekaan bangsa Indonesia dan juga menjadi media partisipan yang digunakan Partai Politik untuk propaganda. Sedangkan pada masa Orde Baru digunakan sebagai terompet masyarakat dan menyokong aksi-aksi mahasiswa maupun pemuda untuk menentang kebijaksanaan Orde Lama. Namun media massa mengalami perubahan dengan sendirinya mencerminkan situasi dan kondisi dari kehidupan masyarakat dimana media massa itu bergerak.

Pasca pemerintahan Orde Baru, media massa mendapat angin segar kebebasan. Kebebasan pers yang dahulu pada masa pemerintahan Presiden

Soeharto mendapatkan banyak kekangan dari pemerintah pada saat itu, kini serasa mendapatkan kebebasannya. Pasca reformasi kebebasan pers berkembang pesat melampaui ruang dan waktu (Rusman Ismail, Industri Politik, Jakarta, 2009:69).

Dalam penyajiannya, media massa dituntut memberikan informasi yang benar dan cepat serta dapat menambah pengetahuan pembacanya dengan menyajikan informasi atau berita yang berdasarkan fakta maupun peristiwa. Berita harus objektif tidak boleh memihak, karena berita memiliki *power* untuk menciptakan opini publik, jadi sesuatu yang ditulis oleh media harus memenuhi unsur-unsur tersebut agar tidak ada pihak yang dirugikan (Kusumaningrat, 2006:47).

Selain sebagai penyebar informasi kepada masyarakat, media massa juga berfungsi sebagai alat kontrol sosial, seperti yang diungkapkan oleh Zaenuddin dalam bukunya. Keberadaan media dianggap sebagai “kekuatan keempat” (*The Fourth State*) dalam sistem politik kenegaraan. Media sering dimanfaatkan sebagai pembela kebenaran dan keadilan, sekaligus juga sebagai pembentuk opini publik (Zaenuddin, 2011;10).

Kini media massa dengan mudahnya membentuk opini di masyarakat. Media massa memiliki kekuatan untuk menentukan isu apa saja yang dapat untuk dibicarakan oleh masyarakat. Media membentuk kesadaran masyarakat sesuai dengan apa yang disajikan oleh media tersebut. Media menentukan apa yang penting untuk diwacanakan pada pada khalayak.

Seiring dengan perkembangan zaman yang semakin modern, media massa memunculkan media baru yaitu media *online*. Media *online* ini perspektif

kajiannya terletak pada kapasitas komunikasinya. Sehingga khalayak yang diraih oleh media *online* memiliki kemampuan untuk memberi respon komentar secara langsung yang ditulis ke dalam kolom komentar. Khalayak *online* dalam proses komunikasi merupakan *full participant*.

Pada era *new media* saat ini berkembang pesat didalam kehidupan kita. Internet menawarkan kemudahan untuk kebutuhan setiap hari. Dengan hanya mengakses internet kita mendapatkan berbagai informasi yang cepat dari belahan dunia dengan waktu yang singkat. Dibanding dengan media massa lain, internet memiliki kelebihan daya simpan yang tak terhingga, sehingga segala sesuatu yang mengenai masa lampau bisa kita dapatkan informasinya melalui internet.

Sudarsono dalam buku *Journalisme Online: Konsep Aplikasi Bisnis Media Online* (Pustaka Mandiri, Tangerang, 2015) “Kehadiran media baru (*new media*) menyebabkan perubahan dalam banyak bidang yaitu perubahan dari *modernity* ke *postmodernity*, meningkatkan aktifitas proses globalisasi, dimana adanya pergantian pemikiran di dunia Barat, dari era industri manufaktur oleh *postindustrial* ke era digitalisasi komputer oleh kaum kapitalis. Semua dilakukan untuk memberikan pembaharuan terhadap gaya hidup yang diinginkan oleh masyarakat modern saat ini. Sementara, kata *New* dalam *new media* membawa makna ideologis bahwa baru sama dengan lebih baik, adanya pergeseran pemikiran, dimana konotasi “*the new*” ini diambil atau diperoleh dari sebuah keyakinan kaum modernis dalam perkembangan sosial yang dibawa oleh kecanggihan teknologi. Istilah *new* atau baru berkaitan dengan internet ataupun tv digital”.

Modernity merupakan istilah yang digunakan untuk menggambarkan sebuah periode sejarah, perilaku, dan praktik sosial-budaya tertentu yang muncul pasca abad pertengahan di seluruh dunia. Sedangkan *postmodernity* merupakan istilah yang berkembang setelah era modern, lebih menunjuk pada situasi dan tata sosial produk teknologi informasi, globalisasi, fragmentasi gaya hidup dan lain-lain.

Isu-isu yang banyak diangkat dalam media *online* masih sama dengan isu yang diangkat oleh media konvensional, namun sifatnya yang sangat cepat, membuat media *online* lebih cepat perkembangan isu yang sedang hangat dibicarakan. Bahkan sekarang banyak fenomena bahwa media konvensional saat ini akan mengikuti pada isu yang telah diangkat oleh media *online*, sehingga media *online* memiliki nilai tambah tersendiri.

Kekuatan media dalam mengarahkan kecenderungan-kecenderungan pada masyarakat ini tentunya dipengaruhi lewat konten media sebagai *medium* untuk menentukan gagsan pada masyarakat. Realitas yang dibentuk oleh media adalah realitas simbolik yang dibentuk oleh media kemudian didistribusikan ke masyarakat hingga akan berpengaruh pada citra.

Menurut Peter L. Berger dan Thomas Luckman dalam buku yang berjudul *The Social Construction of reality: A Treatise in The Sociological of Knowledge* “Citra yang dibentuk oleh media pada awalnya hanya berupa realitas simbolik yang dikonstruksi oleh media, tetapi kemudian dapat diniscayakan oleh khalayak sebagai realitas yang murni. Realitas dikonstruksi pada giliran selanjutnya dijadikan opini publik. Konstruksi realitas digambarkan sebagai proses sosial melalui

tindakan dan interaksi, dimana individu menciptakan secara terus-menerus suatu realitas yang dimiliki dan dialami secara subjektif.” (Burhan Bungin, 2011:11).

Salah satu efek yang ditimbulkan oleh perkembangan teknologi media saat ini adalah munculnya konsep *Global Village*. Marshall McLuhan dalam bukunya *Understanding Media: Extension of A Man*, menjelaskan bahwa pada masa modern, arus informasi membuat media semakin kecil dan sempit serta merupakan suatu kondisi mengenai perkembangan teknologi komunikasi dimana dunia dapat dianalogikan menjadi sebuah desa yang sangat besar dan luas (Ricky A. Nggili, 2016: 14).

Misalnya, *Al-Jazeera* media *online* arab yang berbasis di Doha, Qatar, serta *Cable News Network (CNN)* media *online* yang berasal dari Amerika Serikat ikut serta meramalkan pemberitaan tentang Pilkada DKI Jakarta 2017 pada putaran kedua antara Basuki Tjahja Purnama berpasangan dengan Djarot Saiful Hidayat melawan Anies Baswedan dengan Sandiaga Uno. Dari fakta tersebut terbukti bahwa sebuah isu daerah dapat menjadi konsumsi publik tingkat internasional.

Baik *Al-Jazeera* maupun *CNN*, sama-sama memberitakan tentang hasil dari pemilihan umum ketua daerah yang kebetulan dimenangkan oleh pasangan Anies-Sandi. Namun keduanya memilih sudut pandang pemberitaan yang berbeda. Sudut pandang pemberitaan tersebut dapat dilihat dari bingkai masing-masing berita yang disajikan oleh *Al-Jazeera* maupun *CNN*.

Media asing mengartikulasikan kekalahan Ahok dan kemenangan Anies dalam terminologi atau diksi yang dikaitkan dengan masalah agama dan ras.

Sehingga media asing menyebut Pilkada DKI Jakarta sebagai pemilihan umum yang terpecah belah oleh suatu persoalan yang ada

Pada pemaparan ini, penulis ingin mengetahui pembingkaihan berita yang dimuat oleh kedua media *online* yang memberitakan tentang kekalahan Basuki Tjahja Purnama. Media *online* Al-Jazeera memberi judul “*Jakarta Governor Ahok Heading For Election Loss*” dan “*Governor Ahok Concedes Jakarta Election to Baswedan*” sedangkan media *online* CNN dengan judul “*Religious Tensions Rise In Jakarta As Crucial Vote Gets Underway*” dan “*Jakarta Governor Concedes Election After Divisive Campaign*”. Keempat berita tersebut dipublikasikan pada tanggal 19 serta 20 April 2017.

Dari kedua media *online* tersebut masing-masing memiliki ideologi yang berbeda dan berdampak pada pembingkaihan berita. Penulis memahami pembingkaihan berita pada media massa akan menentukan framing yang berkembang di masyarakat. Ketika media memberikan suatu peristiwa tanpa memperhatikan aspek jurnalisme yang berlaku, hal tersebut juga menimbulkan agenda publik yang salah, karena masyarakat mengikuti media. Pemberitaan tersebut berdampak pada respon pro dan kontra ditengah-tengah masyarakat tentang pembingkaihan media dan tentang isu atau kepentingan yang diberitakan.

Dengan menggunakan rumusan model *framing* Robert N. Entman, penulis ingin melihat *framing* pada dua dimensi besar yaitu seleksi isu dan penonjolan aspek-aspek tertentu dari realitas atau isu didalam berita. Sehingga penulis ingin menganalisa fakta yang ada pada pemberitaan terkait kekalahan Ahok. Media

terkadang dalam kepentingan maupun ideologinya menonjolkan atau menghilangkan isu atau fakta tertentu.

Sesuai dengan pemikiran Zaenuddin yang mengatakan bahwa media massa memiliki peran strategis, media mengangkat dan mengabarkan peristiwa ke publik. Media juga memiliki kemampuan untuk membentuk sebuah opini publik, sebagai kontrol sosial akan kinerja pemerintahan dan lembaga negara, membuat kedudukan media semakin penting di dalam kehidupan manusia, baik secara individual dalam memenuhi kebutuhan informasi, maupun secara sosial dalam berkehidupan berbangsa dan bernegara (Zaenuddin, 2011:10).

Berdasarkan latar belakang penelitian diatas maka penulis membuat skripsi ini dengan judul **“Analisis Pemberitaan Mdia Asing Terhadap Kekalahan Basuki Tjahja Purnama Pada Pilkada DKI Jakarta 2017”**.

1.2 Pertanyaan Penelitian

Berdasarkan uraian latar belakang penelitian diatas, peneliti merumuskan pertanyaan yaitu:

Bagaimana kerangka *framing* pemberitaan tentang kekalahan Basuki Tjahja Purnama pada Pilkada DKI jakarta putaran kedua pada media *online Al-Jazeera* dan *CNN*?

1.3 Tujuan Penelitian

Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui *framing* pemberitaan tentang kekalahan Basuki Tjahja Purnama pada Pilkada DKI Jakarta putaran kedua oleh media *online Al-jazeera* dan *CNN*.

1.4 Manfaat Penelitian

Manfaat penelitian yang diharapkan penulis mencakup dua hal, antara lain:

1.4.1 Manfaat Teoritis

Hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi, memperluas, dan memperkaya pengetahuan dalam bidang Ilmu Komunikasi. Serta berguna bagi pengembangan Ilmu Komunikasi khususnya bidang Jurnalistik mengenai *framing* dalam pemberitaan. Memberi informasi dan referensi khususnya bagi para mahasiswa Ilmu Komunikasi yang mengadakan penelitian sejenis.

1.4.2 Manfaat Praktis

Hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan gambaran mengenai konstruksi realitas dan strategi *framing* dalam pemberitaan di sebuah media terhadap masyarakat luas.