

BAB I

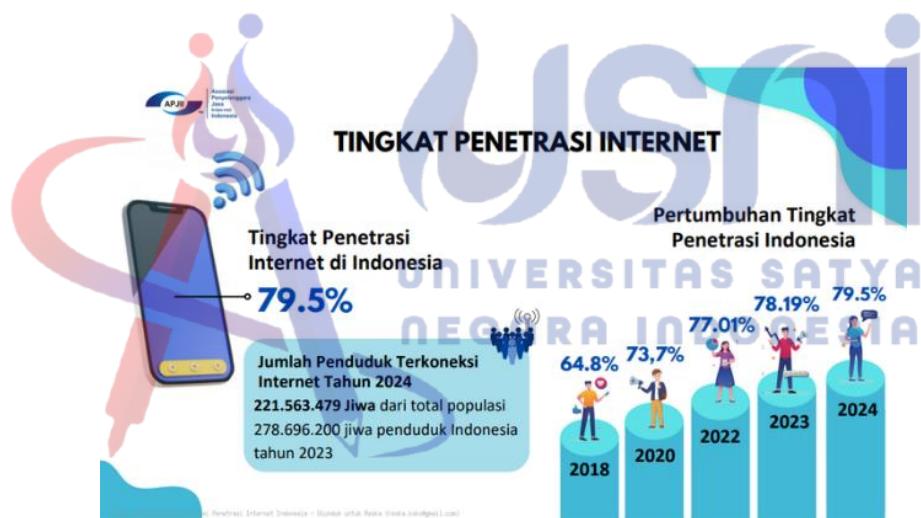
PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Penelitian

Seiring dengan pesatnya perkembangan teknologi komunikasi secara langsung membawa transisi bukan lagi dengan media cetak atau elektronik, namun munculnya *New Media* atau Media Baru yaitu menggunakan internet. Aspek real time dalam *New Media* dapat memenuhi kebutuhan manusia dalam mencari informasi maupun berkomunikasi, tanpa terhambat oleh jarak dan waktu dengan menggunakan internet. Media sosial sebagai salah satu anak kandung dari perkembangan teknologi dan informasi yang telah merubah secara radikal, cara pola berkomunikasi antara sesama.

Revolusi digital telah mengubah lanskap media secara fundamental. Mauludin (2018:1) menjelaskan internet secara umum memiliki empat hal yang membedakannya dari berbagai bentuk media lama, yakni; 1. Interaktivitas komputer manusia (kemampuan pengguna untuk mengendalikan arus informasi). 2. Pengguna yang terdistribusi secara geografis dapat berkomunikasi menggunakan internet, 3. Pengguna memilih peran dalam produksi dan distribusi konten. 4. Personalisasi media dapat disesuaikan dengan selera dan kebutuhan individual. Dalam kajian media atau komunikasi massa, media *online* terus dipilih oleh media-media massa konvensional untuk menyampaikan berita, berita tentunya memiliki posisi tinggi karena, berita memiliki peran penting sebagai sumber informasi utama bagi masyarakat.

Pada media *online* seluruh informasi yang disampaikan dapat dihubungkan dengan sumber yang relevan, baik dari sumber yang sama atau bahkan dari sumber yang berbeda. Menurut Romli (2018:34) “media *online* adalah media siber atau internet yang dapat diartikan sebagai sarana komunikasi dalam menyajikan konten melalui situs *web* (*website*)”. Media *online* secara umum adalah sebuah sarana untuk komunikasi secara *online* melalui website dan berbagai aplikasi yang hanya diakses melalui internet. Dilansir dari Asosiasi Penyelenggara Jasa Internet (APJII), berikut ini merupakan hasil survei pada periode 2018-2024 di Indonesia:



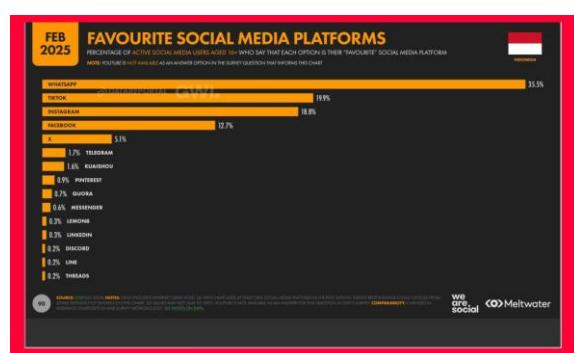
Gambar 1.1 Akses Internet di Indonesia

Sumber: APJII (apjii.or.id)

Berdasarkan data tersebut, kita dapat menyimpulkan bahwa sebanyak 221.563 juta jiwa. Dari total 278.696 jiwa penduduk Indonesia tahun 2024 yang menggunakan internet untuk digunakan mengakses media sosial sebesar 79.50% (APJII, 2024). Di dalam laporan tersebut memperlihatkan kenaikan yang signifikan di Indonesia saat ini dalam menggunakan *handphone* untuk mengakses internet. Umumnya masyarakat saat ini tidak mungkin tidak terkena paparan media, seiring

perkembangan zaman, kehadiran media semakin beragam dan berkembang. Bahasa, kata, tanda merupakan bagian simbol dari manusia mendefinisikan sesuatu atau menyampaikan sesuatu ke orang lain. Kepraktisan *smartphone* membuat semua orang mudah mengakses informasi kapanpun dan dimanapun berada, salah satu aplikasi di *smartphone* yang kerap diakses yakni media sosial.

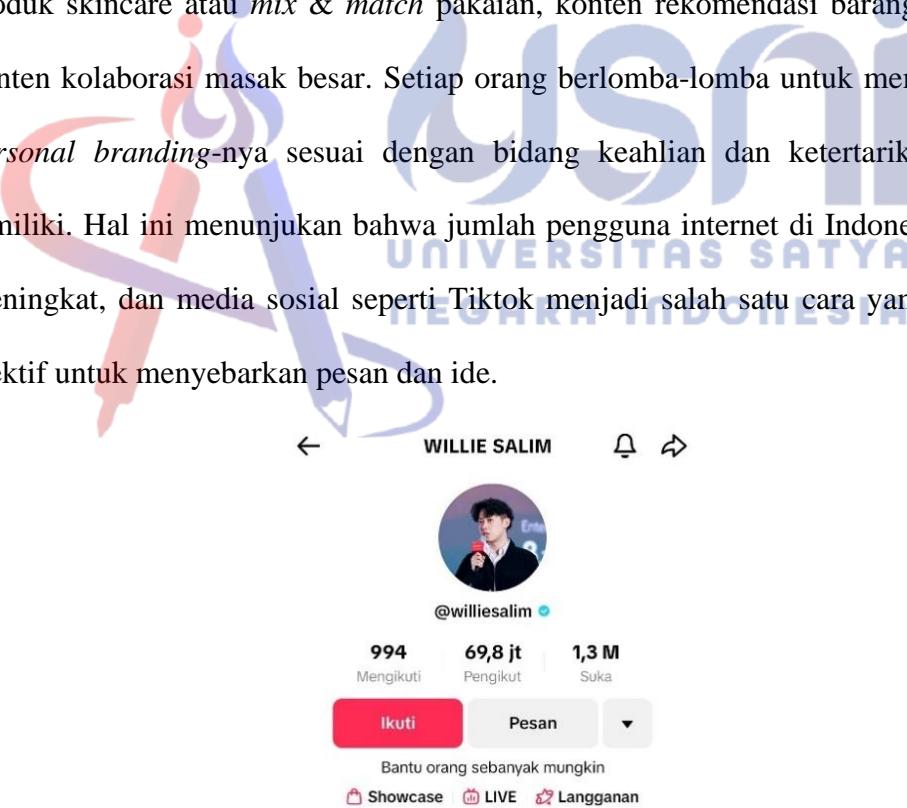
Menurut Putri et al. (2016) media sosial merupakan media *online* yang mempermudah penggunanya untuk berpartisipasi, berbagai, serta menciptakan isi seperti sebuah *blog* dan jejaring sosial. Salah satu *platform* media sosial dengan popularitasnya terus meningkat adalah TikTok, yang dikenal dengan format konten singkat dan berbagai tema yang menarik bagi pengguna. Dalam konteks ini, TikTok tidak hanya menjadi wadah untuk ekspresi pribadi, tetapi juga ruang bagi para konten kreator untuk membangun citra publik mereka. Salah satunya adalah Willie Salim, seorang influencer dengan pengikut yang sangat banyak, yang kontennya baru-baru ini menjadi perbincangan publik. Peristiwa ini menggambarkan bagaimana konten yang viral di media sosial bisa berpengaruh besar terhadap persepsi masyarakat dan pemberitaan di media massa



Gambar 1.2 Media Sosial Yang Sering digunakan

Sumber: *We Are Social*

Data dari We Are Social, menunjukkan bahwa TikTok termasuk media sosial yang sering digunakan oleh masyarakat Indonesia dan berada di urutan kedua sebagai media sosial yang menjadi favorit oleh masyarakat. Dengan angka yang dipublikasikan menunjukkan bahwa TikTok memiliki 19,9% mengidentifikasi popularitas dengan konten video-video pendeknya pada awal tahun 2025. TikTok merupakan platform video musik yang dikembangkan oleh negara Tiongkok yang saat ini menjadi wadah bagi konten kreator untuk menciptakan beragam video, mulai dari video *dancer cover*, *beauty and fashion* seperti melakukan review produk skincare atau *mix & match* pakaian, konten rekomendasi barang bahkan konten kolaborasi masak besar. Setiap orang berlomba-lomba untuk membangun *personal branding*-nya sesuai dengan bidang keahlian dan ketertarikan yang dimiliki. Hal ini menunjukkan bahwa jumlah pengguna internet di Indonesia terus meningkat, dan media sosial seperti Tiktok menjadi salah satu cara yang paling efektif untuk menyebarkan pesan dan ide.



Gambar 1.3 TikTok Willie Salim

Sumber: Diakses pada Maret 2025

Salah satunya adalah akun TikTok konten kreator yang menarik perhatian publik yaitu @williesalim, seorang *influencer* yang berasal dari kepulauan Bangka Belitung. Dengan jumlah pengikut Subscribe 69,8 juta pengikut, popularitas konten kreator ini seringkali menyajikan berbagai konten dengan tayangan yang berisi pesan-pesan positif dan inspiratif. Namun, belakangan ini konten yang Willie Salim hasilkan menuai kritik terutama ketika terjadi kontroversi mengenai “hilangnya” makanan rendang seberat 200 Kilogram saat kegiatan sosial di Benteng Kuto Besak, Palembang. Peristiwa ini menjadi viral dan menimbulkan berbagai reaksi dari warganet serta menjadi objek peliputan media arus utama yang kemudian memberitakannya secara luas.



Gambar 1.4 Unggahan Konten TikTok Willie Salim Mengenai Rendang Hilang
Sumber: https://www.tiktok.com/@williesalim?_t=ZS-8vRCH2RuKJu&_r=1

Diakses pada 23 Maret 2025

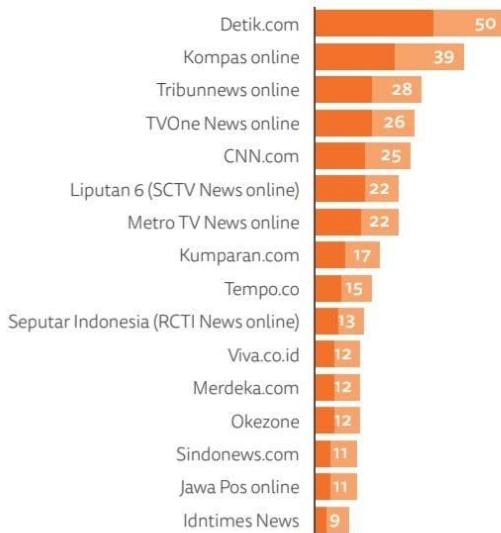
Kasus Willie Salim bukan hanya menjadi topik hanya di platform TikTok, tetapi juga diliput secara intensif terutama ketika konten yang dihasilkan memicu kontroversi. Pemilihan media online Kompas.com, Liputan6.com, dan Tribunnews.com. Dalam penelitian ini didasarkan hasil observasi penulis yang menunjukkan bahwa ketiganya termasuk media yang paling sering memberitakan Willie Salim secara konsisten. Melalui pemberitaan ini, media memainkan peran penting dalam membentuk citra publik tentang figure-figur digital. Kondisi ini membuat penulis tertarik untuk menganalisis pemberitaan kasus Willie Salim dalam konteks pencemaran nama baik melalui narasi media.

Salah satunya, oleh media daring besar seperti Kompas.com dikenal sebagai bagian dari grup Kompas Gramedia yang mengusung jurnalisme moderat dan relatif netral, serta memiliki sejarah panjang sebagai media arus utama berbasis cetak dan digital. Liputan6.com merupakan bagian dari grup Emtek yang cenderung menekankan pada pendekatan populer dan human interest, dengan distribusi konten yang luas di berbagai platform digital. Sedangkan Tribunnews.com juga berada di bawah grup Kompas Gramedia, namun dikenal dengan gaya pemberitaan cepat, sensasional, dan sangat responsif terhadap isu viral.

Ketiga media tersebut memberitakan isu hilangnya rendang dengan sudut pandang berbeda-beda. Seperti media online situs Kompas.com pada 21 Maret 2025, dalam beritanya yang berjudul “Rendang 200 Kg Hilang Saat Acara Masak Besar, Willie Salim Terkejut” membungkai pemberitaan secara informatif dan cenderung netral. Liputan6.com melalui artikel unggahannya pada 25 Maret 2025 yang berjudul “Willie Salim Minta Maaf Atas Insiden Raibnya Rendang 200

Kg, Bobon Santoso: Tulus Enggaknya Urusan dia dengan Tuhan” menghadirkan sisi emosional yang menyoroti respons berbagai tokoh. Sementara Tribunnews.com dalam artikelnya “KONTEN Rendang 200 Kg Ludes Sekejap Diduga Settingan, Willie Salim di Polisikan: Menjelekkan Palembang” pada 22 Maret 2025, mengangkat narasi yang lebih tajam dan mencurigai motif aksi sosial tersebut.

Variasi dalam pemberitaan ini menunjukkan bahwa media tidak hanya menyampaikan informasi, tetapi juga membentuk realitas sosial melalui proses *framing*. Hal ini sejalan dengan pendapat Eliyah et al. (2018) mengemukakan bahwa, “*framing* merupakan suatu kekuatan media dalam menata informasi berita, yang terkait dengan kemahiran mereka dalam menyampaikan sebuah pesan kepada publik dengan merangkai sebuah isu dan berpotensi mempengaruhi pandangan khalayak. *Framing* juga dianggap sebagai sebuah cara pandangan untuk menelaah suatu kenyataan dibentuk dan dikonstruksi oleh media”. Dengan demikian, media patut dipandang sebagai institusi ideologis yang turut membentuk relasi kuasa dalam masyarakat.



Gambar 1.5 Media Daring Terbanyak Dikonsumsi Pada Tahun 2025

Sumber: [digital news report 2024 - Search](#)

Diakses pada 09 April 2025

Menurut data peringkat peringkat portal berita Indonesia versi Reuters Institute, yang baru saja rilis laporan Digital News Report 2024, Kompas.com, Liputan6.com dan Tribunnews.com berada di jajaran teratas media daring dengan trafik tertinggi di Indonesia. Ketiga platform ini merupakan media daring yang menyajikan informasi berita di Indonesia, dan dapat diakses melalui situs web atau aplikasi seluler dengan koneksi internet melalui kedua platform tersebut, pembaca dapat memperoleh berita terbaru dan aktual tanpa perlu menunggu berita tersebut dicetak. Hal ini menjadikan konstruksi wacana yang mereka bangun sangat berpengaruh terhadap opini publik. Oleh karena itu, analisis terhadap cara media membungkai isu sosial menjadi penting untuk mengungkap kekuasaan bekerja dalam teks media dan mempengaruhi proses pemaknaan pembaca.

Dengan penelitian berbasis metode analisis *framing* sebagai metode utama untuk mengungkap cara media memilih, menekankan, dan mengaitkan berbagai aspek dari sebuah isu, yang pada akhirnya dapat mempengaruhi pemahaman dan interpretasi khalayak. Maka dari itu, Maka dari itu, penulis menggunakan pemberitaan yang terkait dengan Willie Salim dalam kasus merusak citra Kota Palembang yang terkait yang diturunkan pada rentang waktu Maret 2025, dimana pada tanggal 19 Maret 2025 adalah awal kronologi unggahan tersebut viral. Karena pada tanggal tersebut masing-masing dari kedua media online memberitakan tema berita yang sama, sehingga lebih mudah untuk menganalisis perbedaan secara pemberitaan kedua media tersebut secara langsung.

Berdasarkan latar belakang tersebut, penelitian ini bertujuan untuk melihat bagaimana pembingkaian berita mengenai Willie Salim yang disajikan oleh media online Kompas.com, Liputan6.com, dan Tribunnews.com dengan judul penelitian **“Analisis *Framing* Teks Pemberitaan Konten Kreator Willie Salim di Media Kompas.com, Liputan6.com, dan Tribunnews.com.”**

1.2 Pertanyaan Penelitian

Berdasarkan dari latar belakang di atas, maka rumusan masalah yang akan dikaji di penelitian ini adalah bagaimana analisis *framing* pada pemberitaan mengenai kontroversi konten Willie Salim yang disajikan oleh media daring Kompas.com, Liputan6.com, Tribunnews.com?

1.3 Tujuan Penelitian

Berdasarkan permasalahan yang dikemukakan di atas, maka tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui analisis *framing* dalam pemberitaan

mengenai kontroversi konten Willie Salim yang disajikan oleh media daring Kompas.com, Liputan6.com, Tribunnews.com.

1.4 Manfaat Penelitian

1.4.1 Manfaat Teoritis

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi terhadap pengembangan ilmu komunikasi, khususnya dalam kajian jurnalisme dan studi media kritis. Penelitian ini juga diharapkan dapat memperkaya literatur mengenai penggunaan analisis *framing* model Robert N. Entman dalam studi pemberitaan media daring.

1.4.2 Manfaat Praktis

Secara praktis, penelitian ini dapat menjadi acuan bagi para praktisi media, jurnalis, dan masyarakat umum dalam memahami pentingnya pembacaan kritis terhadap teks pemberitaan. Hasil penelitian ini juga diharapkan dapat menjadi bahan refleksi bagi industri media dalam memperkuat etika *jurnalisme* dan tanggung jawab sosial dalam penyajian berita yang adil dan berimbang.