

# BAB I

## PENDAHULUAN

### 1.1 Latar Belakang

Sebagai media komunikasi massa, media massa sangat berperan penting dalam mempengaruhi pembacanya. Melalui berbagai informasi yang disebarkan secara luas menggunakan berbagai media, baik cetak, online, audio, atau televisi, media massa mampu menjangkau khalayak secara umum. Terlebih lagi, akses penggunaan dan penerimaan pesan melalui media massa saat ini sudah semakin mudah. Masyarakat tidak hanya dapat menikmati informasi dan pemberitaan dengan membeli koran atau majalah, namun juga melalui berbagai media seperti, radio, televisi, dan via gadget.

Penggunaan internet yang semakin mudah saat ini, menyebabkan banyak media bermigrasi menyampaikan informasi dan pemberitaan melalui portal online. Dengan demikian, jangkauan yang lebih luas dan menyeluruh pun bisa dilakukan, ditambah dengan kemudahan mengakses internet melalui gadget setiap saat dan di berbagai tempat.

Seiring dengan kemudahan mengakses berbagai informasi dan pemberitaan bagi masyarakat luas, media massa mulai menunjukkan tajinya dengan menyebarkan informasi yang cepat, padat, dan lugas. Seperti prinsip media massa, khususnya online, kecepatan menyebarkan informasi dan pemberitaan merupakan praktek utama untuk dilakukan. Berbagai informasi yang disampaikan pun

bermacam-macam, sesuai dengan topik pembahasan pemberitaan yang ingin disampaikan.

Sebagai media massa, pemberitaan yang ditulis semestinya tetap berpegang teguh pada prinsip netralitas, akurat, dan tidak berat sebelah. Istilah tersebut biasa disebut *cover both side*. Dengan prinsip media massa yang sangat diagungkan tersebut, setiap media wajib memberitakan dan menyebarkan informasi secara akurat sesuai fakta yang terjadi. Objektivitas informasi yang disampaikan media massa sangat mempengaruhi pembacanya sebagai penerima informasi. Sebagai pilar keempat demokrasi di Indonesia, media massa wajib melaporkan hal-hal objektif yang terjadi di lapangan agar tidak melakukan blunder dan keteledoran atas informasi yang disampaikan kepada khalayak.

Namun, seringkali banyak kepentingan mempengaruhi prinsip media massa di Indonesia. Hal tersebut dikarenakan, banyak saham media yang dipegang para pengusaha yang memiliki kepentingan di Indonesia. Bahkan, banyak pemilik media massa yang juga terjun ke panggung politik Indonesia. Dengan demikian, media massa yang mereka miliki menjadi jalan mengarungi kesuksesannya dalam menerjang badai politik dan ekonomi di Indonesia. Media seringkali dijadikan alat untuk mendukung dan menciderai lawan politik atau ekonomi bisnis di Indonesia.

Melihat peluang industri media pasca reformasi yang semakin bebas tanpa harus kesulitan memenuhi SIUPP, para pebisnis melakukan ekspansi bisnis di industri media. Tak jarang mereka yang membuat media adalah kaum politikus dengan tujuan tertentu dalam percaturan informasi politik di Indonesia. Pengusaha-pengusaha media massa pun justru malah ikut terjun ke dalam kancah perpolitikan

di Indonesia, misalnya Hary Tanoesudibjo, Aburizal Bakrie, dan Surya Paloh. Hal tersebut menimbulkan pengaruh yang cukup besar terhadap arah pemberitaan media yang dikelolanya. Pengaruh besar tersebut berkaitan dengan percaturan politik di negeri ini. Dengan demikian, media tidak lagi dapat dikatakan independen dan bersikap subjektif sesuai porsi yang diinginkan pemilik media.

Dari berbagai media massa yang telah eksis di Indonesia, Republika Online dan Kompas.com merupakan dua media yang sedari dulu telah menjadi poros penyedia informasi yang dikonsumsi publik dan pemiliknya tidak ikut campur dalam perpolitikan di Indonesia. Semenjak ikut terjun menjadi portal berita daring, Republika Online dan Kompas.com banyak menjadi bacaan yang mudah diakses khalayak dalam mengonsumsi informasi.

Tonggak awal berdirinya media online di negeri ini terjadi akibat adanya dinamika sosial, kultur, dan politik di negeri ini. Di kala itu, internet masih menjadi 'panganan' baru di jagat industri komunikasi massa di Indonesia. Penggunaan internet yang mulai banyak, membuat media konvensional banyak memikirkan konsep digital melalui internet untuk melakukan penyampaian yang lebih efektif dan akurat terhadap target pembacanya. Kehadiran internet di Indonesia terjadi pada tahun 1990an. Runtuhnya rezim Suharto digadang berawal dari persebaran informasi yang cepat dan luas melalui saluran internet. Oleh sebabnya, mahasiswa yang sudah lebih banyak menggunakan internet dalam bertukar informasi dari berbagai tempat, menjadikan internet lahan untuk diskusi mencari alternatif penggulingan kekuasaan guna menghadiahi reformasi di negeri ini.

Dalam lingkup media massa, pertama kali kemunculan media online di Indonesia adalah pada Agustus 1994. Di tahun itu, [Republika.co.id](http://Republika.co.id) menjadi media massa pertama yang menjadikan internet sebagai saluran pemberitaan di Indonesia, selain juga menggunakan media konvensional lain, seperti koran. Meski [republika.co.id](http://republika.co.id) memulai terlebih dahulu, namun saat itu masih belum seaktif saat ini. [Republika.co.id](http://Republika.co.id) awalnya hanya menampilkan beberapa kanal dengan sumber informasi yang sama seperti yang ada di versi cetaknya. Seiring perkembangan media daring di Indonesia, [Republika Online](http://Republika Online) kemudian menjadi portal media daring yang lebih interaktif dan menjadi media yang terpisah dari versi cetaknya. Dengan *tagline* 'Jendela Umat', [Republika.co.id](http://Republika.co.id) selalu berupaya meningkatkan kualitas dalam berbagai konten, desain, dan isi yang selalu dapat tertanam di otak pemirsanya. Sebagai media yang peduli dengan umatnya, [Republika.co.id](http://Republika.co.id) selalu menjadi rujukan pembaca umat muslim terbesar di Indonesia, hingga Malaysia dan Arab. Hal demikian, sesuai dengan visi dan misi [Republika Online](http://Republika Online) sebagai media umat muslim di Indonesia, yang membuatnya lebih banyak berisi konten-konten yang cenderung bersifat subjektif condong membela umat muslim di Indonesia dan dunia.

Sementara itu, [Kompas.com](http://Kompas.com) juga memulai dari versi cetaknya, yakni Koran Kompas yang terbit sejak tahun 1965. [Kompas.com](http://Kompas.com) kemudian didirikan sebagai rival dari berbagai media lain yang sudah terjun dalam dunia daring sejak tahun 1998. Dengan motto yang sama seperti versi cetaknya, "Amanat Hati Nurani Rakyat", mengartikan Kompas berusaha menyampaikan dan menyuarakan hati nurani rakyat. Tujuan Kompas sebagai media adalah ingin berkembang sebagai institusi pers yang

mengedepankan keterbukaan, meninggalkan pengkotakan, latar belakang suku, agama, ras, dan golongan, berupaya ikut serta dalam mencerdaskan bangsa, dan ingin menempatkan kemanusiaan sebagai nilai tertinggi, mengarahkan fokus perhatian dan tujuan pada nilai-nilai yang transeden atau mengatasi kepentingan kelompok.

Kedua media yang sudah lama eksis di Indonesia tersebut merupakan media dengan visi dan misi yang berbeda. Republika berusaha menyampaikan hal-hal yang memiliki kedekatan dengan umat Islam dan memberitakan hal-hal yang mendukung dengan berbagai hal yang berkaitan dengan muslim di dunia. Sementara, Kompas.com mengklaim dalam visi misi mereka untuk berusaha menyampaikan hal-hal informasi dan pemberitaan yang terlepas dari berbagai latar belakang suku, ras, agama, dan golongan, dengan menyuarakan hati nurani rakyat.

Pada masa kampanye Pilkada DKI Jakarta 2017, terjadi perseteruan politik antar paslon. Bukan hanya karena paslon yang mewakili partai-partai oposan terlibat, tetapi juga karena adanya kasus yang menimpa calon Petahana, Basuki Tjahaja Purnama dan Djarot Saiful Hidayat. Pada 30 September 2016, Basuki yang kerap disapa Ahok itu melakukan sosialisasi di Pulau Pramuka. Di sela-sela pidatonya di depan para warga Pulau Pramuka, Kepulauan Seribu, ia mengucapkan kalimat yang dianggap menista kitab suci agama Islam. Video yang merekam pidatonya tersebut tersebar di media sosial, hingga menimbulkan guncangan besar terhadap keberagaman keyakinan di Indonesia. Situasi makin panas ketika massa yang tergolong dalam kelompok agama Islam melakukan Aksi Damai untuk menuntut Ahok dipidana berupa hukuman penjara. Aksi Damai tersebut terjadi

hingga lima kali di waktu yang berbeda, dan terpusat di Monumen Nasional dan sekitarnya.

Gonjang-ganjing antar umat beragama itu pun menimbulkan konflik di berbagai kalangan, mulai dari ulama, tokoh nasional, cendekiawan, politikus, akademikus, hingga masyarakat biasa pun ikut membicarakan kasus tersebut. Ahok dikatakan mayoritas umat Islam sebagai penista agama, dan berbondong-bondong untuk tidak memilihnya kembali dalam kontestasi Pilkada DKI 2017. Seruan tersebut disuarakan oleh mayoritas umat Islam berpedoman pada Al Quran. Belum lagi masalah agama Ahok sebagai pemimpin yang dipermasalahkan, tapi ia juga dianggap menista kitab suci umat Islam tersebut. Oleh sebab itu, berbagai ulama berpandangan bahwa memilih pemimpin yang non muslim adalah haram hukumnya, dan dianggap munafik, karena tidak menuruti perintah Al Quran. Terlebih, Ahok dianggap penista agama yang telah menghina kitab suci Al Quran, kitab mayoritas umat di DKI Jakarta, dan Indonesia.

Seruan tersebut semakin memanas di berbagai kalangan masyarakat. Hingga suatu waktu muncullah spanduk di berbagai mesjid di Jakarta yang bertuliskan, "Dilarang menyolatkan jenazah pendukung Ahok di mesjid ini". Hal tersebut tentu menimbulkan keresahan di berbagai kalangan masyarakat. Situasi politik yang dicampurkan dengan isu ras, agama, dan suku itu pun semakin memanas dengan adanya berbagai pemberitaan yang kian hari makin banyak memberitakan. Berita-berita yang paling banyak menimbulkan guncangan besar adalah media online. Sebab, sebaran dan akses yang mudah dari media *online*

membuat kasus ini semakin memanas dan diperbincangkan di media sosial dan kehidupan riil.

Dari kasus dan latar belakang media yang peneliti kemukakan dan akan dianalisis, efek komunikasi media massa terhadap khalayak dalam menyampaikan informasi tentu berbeda. Seperti yang terjadi pada awal 1960an, dimana teknologi komunikasi semakin pesat. Pada tahun itu, para pakar komunikasi terpecah menjadi dua, dengan menelurkan dua Mazhab mengenai efek komunikasi massa, yakni Mazhab Chicago dan Frankfurt. Dalam teori yang berasal dari Amerika Serikat, Mazhab Chicago menyadari bahwa media komunikasi memiliki keperkasaan dalam mempengaruhi masyarakat. Oleh karena itu, media massa perlu melakukan penyempurnaan secara sinambung agar acaranya, pengolahannya, penyajiannya, dan penyebarannya menjadi lebih efektif dan efisien. Mazhab Chicago menekankan pada efek komunikasi pada khalayak dengan melakukan analisis isi dalam menarik kesimpulan tentang efek komunikasi (Habermas, 1990). Sementara itu, dalam Mazhab Frankfurt, metode kritis digunakan untuk menyatakan bahwa ternyata faktor utama perubahan sosial tidak terletak pada faktor ekonomi saja, tetapi ada faktor-faktor lain, seperti politik sosiologi, dan kebudayaan turut juga mempengaruhi dinamika sosial masyarakat dan individu. Teori ini menjelaskan hubungan manusia bertolak dari pemahaman rasio instrumental yang ingin membangun teori yang mengkritik struktur dan konfigurasi masyarakat aktual sebagai akibat dari suatu pemahaman yang keliru tentang rasionalitas (Habermas, 1990).

Adapun media online yang akan diteliti, yakni [republika.co.id](http://republika.co.id) dan [kompas.com](http://kompas.com). Alasan peneliti memilih kedua media tersebut untuk diteliti, ditinjau dari



visi dan misi, serta kepemilikan media tersebut karena pemilik media tersebut bukanlah anggota partai yang bergabung dalam percaturan politik di Indonesia. Berdasarkan faktor tersebut peneliti mengambil judul: **“Kontruksi Pemberitaan Pada Media Online Terhadap Spanduk Pelarangan Menyolatkan Jenazah Pendukung Ahok di DKI Jakarta (Analisis Framing Pada Media Online Republika.co.id dan Kompas.com)”**.

## 1.2 Fokus Penelitian

Berbagai media massa memiliki kemasan yang berbeda dalam memberitakan suatu informasi. Pengkontruksian berita yang dilakukan kedua media: republika.co.id dan kompas.com, membuat sudut pandang berita dalam satu topik memiliki warna yang tak sama.

Berangkat dari Mazhab Frankfurt yang melakukan analisis secara kritis, penulis berupaya menganalisis perbedaan isi pemberitaan yang dilakukan kedua media, Republika.co.id dan Kompas.com dengan menggunakan metode analisis framing untuk mengetahui sejauh mana kontruksi berita yang dibentuk kedua media tersebut dalam permasalahan spanduk pelarangan menyolatkan jenazah pendukung Ahok di Jakarta.

Berdasarkan latar belakang yang telah diuraikan di atas, maka fokus penelitian ini adalah “Bagaimanakah *framing* berita terhadap spanduk pelarangan menyolatkan jenazah pendukung Ahok di DKI Jakarta pada media *online* republika.co.id dan kompas.com?”



### 1.3 Tujuan Penelitian

1. Untuk mengetahui bagaimana media, Republika.co.id dan Kompas.com, mengkontruksi berita terkait spanduk pelarangan menyolatkan jenazah pendukung Ahok di Jakarta.
2. Untuk mengetahui perbandingan isi berita kedua media, yakni Republika.co.id dan Kompas.com.

### 1.4 Manfaat Penelitian

Penelitian ini memiliki manfaat, antara lain:

1. Manfaat akademis dari penelitian ini adalah sebagai sumber pengetahuan mengenai pembingkaihan berita terhadap spanduk pelarangan menyolatkan jenazah pendukung Ahok di DKI Jakarta.
2. Manfaat praktis dari penelitian ini adalah sebagai masukan dan saran terhadap kedua media dalam melakukan pemberitaan.
3. Manfaat sosial dari penelitian ini adalah berguna untuk menunjukkan kepada publik tentang kontruksi realitas sosial yang dilakukan media massa, supaya publik memiliki kemampuan dalam menganalisis dan memiliki penilaian kritis, serta skeptis dalam pemberitaan yang ada di media massa.

### 1.5 Sistematika Penulisan

Sistematika penulisan dalam penelitian ini terdiri dari tiga bab, yaitu:

#### 1. BAB I Pendahuluan

Pada bab ini berisi terdiri atas latar belakang, fokus penelitian, tujuan penelitian, manfaat penelitian, dan sistematika penelitian.

#### 2. BAB II Tinjauan Pustaka

Bab ini berisi tentang perbandingan penelitian terdahulu, uraian konsep penelitian, teori framing khususnya Zhongdang Pan dan Kosicki, serta kerangka pemikiran penelitian.

#### 3. BAB III Metode Penelitian

Dalam bab ini peneliti membagi uraian bagian-bagian dari metode penelitian yang terdiri dari, desain penelitian, bahan penelitian dan unit analisis, informan dan key informan, instrument, realibilitas data, dan analisis data.

#### 4. BAB IV Hasil Penelitian dan Pembahasan

Dalam bab ini peneliti menguraikan tentang subjek penelitian dengan sub bab tentang profil perusahaan [Republika.co.id](http://Republika.co.id) dan [Kompas.com](http://Kompas.com). Kemudian, peneliti menguraikan hasil analisis framing kedua media dengan teori analisis framing Zhongdang Pan dan Konsicki.

#### 5. BAB V Penutup

Dalam bab ini peneliti menguraikan seluruh kesimpulan dari hasil penelitian dan pembahasan yang telah peneliti temukan, kemudian peneliti memberikan saran terkait penelitian kualitatif dengan metode analisis framing.